



جامعة الأزهر
كلية اللغة العربية
قسم الصحافة والإعلام
شعبة الصحافة والنشر

استخدامات النخب المصرية

للصحافة الإلكترونية

وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية

دراسة ميدانية

The Egyptian Elites Uses for Electronic Newspapers and Their
Effects on Uses for Printed Newspapers

دراسة مقدمة للحصول على درجة العالمية (الدكتوراه) في الإعلام

إعداد الباحث / رضا عبد الواحد أمين

المدرس المساعد في قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

إشراف

أ.د. سامي عبد العزيز الكومي

أستاذ الصحافة والإعلام

بجامعة الأزهر

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أستاذ الصحافة والإعلام

بجامعة الأزهر

١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

”وَأَمَّا نَبُوءَاتُكُمْ فَإِنِّي أُفَصِّلُهَا لِلَّذِينَ يَشَاءُ
عَمَلًا نَاظِرِينَ

عَمَلًا نَاظِرِينَ
عَمَلًا نَاظِرِينَ

وَأَمَّا إِلَهُكُمْ فَإِنِّي فَصَّلْتُ
عَمَلًا نَاظِرِينَ

قرآن کریم

الآية رقم (٨٨) من سورة هود

شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد

فإن الباحث - إذ ينهي بحثه هذا - يسجد لله شكرا على ما تفضل عليه بعونه وتوفيقه لإتمام هذا العمل ، (وما توفيقى إلا بالله ، عليه توكلت ، وإليه أنيب) .
وامتثالاً لأمره تعالى (أن اشكر لي ولوالديك ، إلي المصير) ، فكللمات عاطرة من الثناء و الشكر لمن جعلهما الله سببا لوجودي في الحياة ، والذي الكريمين ، (رب ارحمهما كما ربياني صغيرا) سائلا الله أن يتغمد والذي برحمته ورضوانه ، وأن يبارك لوالدتي في عمرها ، ويمتعها بنعمتي الصحة والعافية .

ولأن مكانة العلماء عالية سامية ، لما يبذلونه من علم ، وما يقدمونه من نصح وإرشاد ، فينقدم الباحث بعظيم الشكر إلى الأستاذ الدكتور محيي الدين عبد الحليم الأستاذ المتفرغ في قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية جامعة الأزهر ، والمشرف على هذه الدراسة ، والذي كانت له بصمات واضحة على تكوين شخصية الباحث العلمية ، وصاحب المدرسة المتميزة بحرية الرأي ، والإبداع في العلم .

ومن المنطلق نفسه ، يقدم الباحث باقة من ورود الامتتان والشكر إلى الأستاذ الدكتور سامي عبد العزيز الكومي الأستاذ المتفرغ في قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية جامعة الأزهر ، المشرف المشارك على هذه الدراسة ، الذي طالما كانت له أياد بيضاء على الباحث ، وطالما أنفق من وقته وجهده لتوجيه الباحث ، والوقوف بجانبه .

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتتان إلى الأستاذ الدكتور جمال عبد الحي النجار ، أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام في كلية الدراسات الإسلامية والعربية بجامعة الأزهر فرع البنات ، على تفضله بقبول مناقشة البحث ، فضلا عن

محتويات الدراسة
أولا : فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
محتويات الدراسة-فهرس الموضوعات	هـ
فهرس الجداول	ل
فهرس الأشكال	س
الباب الأول : الإطار النظري للدراسة	١
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	٢
مقدمة	٣
الدراسات السابقة	٥
دراسات خاصة بالنخبة و علاقتها بوسائل الإعلام	٥
دراسات خاصة بالصحف الإلكترونية	٨
تعليق على الدراسات السابقة	٢٤
مشكلة الدراسة	٢٦
أهداف الدراسة	٢٦
نوع الدراسة	٢٧
منهج الدراسة	٢٧
أدوات الدراسة	٢٨
تساؤلات الدراسة	٣٠
فروض الدراسة	٣١
مجتمع البحث	٣٢
عينة البحث	٣٤
إجراءات الصدق والثبات	٣٦
التعريفات الإجرائية	٣٧

الموضوع	الصفحة
تقسيم الدراسة	٣٩
الفصل الثاني : المداخل النظرية للدراسة	٤١
أولا : مدخل الاستخدامات والإشباع	٤٢
تطور مدخل الاستخدامات والإشباع	٤٣
فروض مدخل الاستخدامات والإشباع	٤٥
أولا : افتراض الجمهور النشط	٤٧
ثانيا : الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام	٤٩
ثالثا : دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام	٤٩
رابعا : التوقعات من وسائل الإعلام	٥١
خامسا : التعرض لوسائل الاتصال	٥٢
الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباع	٥٥
الرد على الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباع	٥٦
الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباع	٥٧
ثانيا : مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة	٥٨
نموذج التدفق	٦٤
مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية	٦٥
الفصل الثاني : شبكة الإنترنت و الصحافة الإلكترونية	٦٦
المبحث الأول : شبكة الإنترنت .. كوسيلة إعلامية	٦٧
تطور شبكة الإنترنت	٦٨
مفهوم الإنترنت	٧١
الإنترنت والفرق بينه وبين الإنترنت	٧١
الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)	٧٣
هل الإنترنت وسيلة إعلامية جديدة ؟	٧٥
السمات الإعلامية لشبكة الإنترنت	٧٧

الموضوع	الصفحة
الإنترنت والصحافة	٧٩
ظواهر تثيرها شبكة الإنترنت	٨٥
مشكلات استخدام الإنترنت صحفيا	٨٨
المبحث الثاني الصحافة الإلكترونية المفهوم والمحددات	٩١
الإعلام الإلكتروني	٩٢
الصحافة الإلكترونية	٩٣
أنواع الصحف الإلكترونية	٩٧
أولا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه	٩٨
ثانيا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع	١٠٠
ثالثا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة	١٠١
الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية :	١٠٦
سمات الصحافة الإلكترونية	١٠٩
مقومات نجاح الصحافة الإلكترونية	١١٢
المبحث الثالث تطور الصحافة الإلكترونية	١١٤
الصحف الإلكترونية في العالم العربي	١١٨
الصحافة الإلكترونية في مصر	١٢٢
تحديات الصحافة الإلكترونية المصرية	١٢٣
المبحث الرابع مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية	١٢٥
مظاهر أزمة الصحف الورقية	١٢٧
هل تلغي الصحافة الإلكترونية الصحافة الورقية ؟	١٢٩
الفصل الرابع	١٣٥
علاقة النخبة بوسائل الاتصال	
مفهوم النخبة	١٣٦

الموضوع	الصفحة
تعقيب على مفهوم النخبة	١٤٠
أنواع النخبة	١٤١
النخبة السياسية	١٤٢
النخبة الأكاديمية	١٤٥
النخبة الإعلامية	١٤٧
النخبة الدينية	١٥٠
علاقة النخبة الدينية بوسائل الاتصال الجماهيرية	١٥٣
الباب الثاني نتائج الدراسة الميدانية	١٥٥
الفصل الخامس الخصائص والسمات الديموجرافية للمبحوثين وعلاقتهم بالإنترنت	١٥٦
الصعوبات التي واجهت الباحث أثناء إعداد الدراسة	١٥٧
أولا : الخصائص والسمات العامة للمبحوثين	١٥٨
ثانيا : معدل استخدام النخبة المصرية للإنترنت	١٦١
كثافة استخدام النخبة للإنترنت	١٦٢
المدى الزمني لاستخدام النخبة المصرية لكل جلسة إنترنت :	١٦٣
خبرة المبحوثين الزمنية في استخدام الإنترنت	١٦٤
أماكن الدخول على الإنترنت	١٦٦
ثالثا : مهارات النخبة المصرية في التعامل مع الإنترنت :	١٦٩
(١) معرفة نظام تشغيل الحاسب الآلي الذي يدخل من خلاله على الإنترنت	١٦٩
(٢) معرفة المبحوث للبرنامج المتصفح للإنترنت	١٧٠
(٣) استخدام ومعرفة محركات البحث على الإنترنت	١٧٢
رابعا : دوافع استخدام النخب المصرية للإنترنت	١٧٥

الموضوع	الصفحة
مبررات استخدام النخبة للإنترنت	١٧٥
دوافع استخدام النخبة للإنترنت	١٧٧
الفصل السادس النخبة المصرية والصحافة الإلكترونية دوافع الاستخدام وعوامل التفضيل	١٨٠
أولا : نسبة التعرض للصحف الإلكترونية ومبررات الاستخدام والإحجام	١٨١
نسبة تعرض النخبة للصحف الإلكترونية	١٨١
مبررات تعرض النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية	١٨٢
مبررات الإحجام عن قراءة الصحف الإلكترونية	١٨٥
ثانيا : مستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية	١٨٧
ثالثا : علاقة النخبة بالصحافة الإلكترونية المصرية	١٨٨
مستويات تفضيلات الصحافة الإلكترونية المصرية	١٨٨
مستويات التفضيل بين المواد التي تنشرها الصحف الإلكترونية المصرية	١٩٣
مستويات تفضيل المبحوثين لمواد الرأي والمقالات في الصحف الإلكترونية المصرية	١٩٦
دوافع التعرض للصحف الإلكترونية المصرية	١٩٧
المشاركة النشطة للنخبة أثناء استخدام الصحافة الإلكترونية المصرية	٢٠١
الإشباع المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية	٢٠٣
رابعا : علاقة النخبة المصرية بالصحافة الإلكترونية العربية	٢٠٧
أكثر الصحف الإلكترونية العربية تفضيلا	٢٠٧
دوافع تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية العربية	٢١٢
مستويات تفضيل النخبة لنوعية المواد الصحفية في الصحف الإلكترونية العربية	٢١٦

الموضوع	الصفحة
المادة المقالية الأكثر تفضيلاً في الصحف الإلكترونية العربية	٢١٨
المشاركة النشطة للنخبة المصرية أثناء تعرضهم للصحف الإلكترونية العربية	٢١٩
الإشباع المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية العربية	٢٢١
خامساً: علاقة النخبة المصرية بالصحافة الإلكترونية الأجنبية	٢٢٤
أكثر الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضيلاً	٢٢٤
دوافع التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٢٨
مستويات تفضيل النخبة لنوعية المواد التحريرية في الصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٣٢
الكتاب الأكثر تفضيلاً لدى النخبة في الصحافة الإلكترونية الأجنبية	٢٣٤
المشاركة النشطة للنخبة أثناء تعرضهم للصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٣٥
الإشباع التي يحققها استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٣٧
الفصل السابع اتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية والإلكترونية	٢٣٩
أثر تعرض النخبة المصرية للإنترنت على استخدامهم للصحف الورقية	٢٤٠
معدل استخدام النخبة للصحف الورقية قبل استخدامهم للإنترنت	٢٤٠
معدل استخدام النخبة للصحف الورقية بعد استخدامهم للإنترنت	٢٤١
أسباب العزوف عن قراءة الصحف الورقية	٢٤٣
دوافع استخدام النخبة للصحف الورقية	٢٤٥
اتجاه النخبة نحو قدرة الصحف الإلكترونية على جذب قراء الصحف الورقية	٢٤٨
إمكانية الصحف الإلكترونية لإلغاء الصحف الورقية	٢٤٩
قدرة الصحف الإلكترونية لجذب موارد اقتصادية أكثر من الصحف الورقية	٢٥٠

الموضوع	الصفحة
إمكانية الصحف الإلكترونية لتطوير الصحف الورقية	٢٥٠
إمكانية تفوق الصحف الورقية على الصحف الإلكترونية	٢٥٢
الفصل الثامن اختبار فروض الدراسة	٢٥٥
النتائج العامة للدراسة	٢٧٣
فيما يتعلق بخصائص المبحوثين وتعرضهم للإنترنت :	٢٧٤
وفيما يتعلق باستخدام النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية :	٢٧٦
وفيما يتعلق بعلاقة النخبة بالصحافة الإلكترونية المصرية	٢٧٧
وفيما يتعلق بعلاقة النخب المصرية بالصحافة الإلكترونية العربية :	٢٨٠
وفيما يتعلق بعلاقة النخبة المصرية بالصحف الإلكترونية الأجنبية :	٢٨٢
فيما يتعلق باتجاهات النخبة حول مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية	٢٨٤
نقاط بحثية أخرى تثيرها هذه الدراسة	٢٨٨
مراجع الدراسة	٢٩٠
ملاحق الدراسة	٣٠٤
استمارة الاستقصاء	٣٠٥
جداول تفصيلية للدراسة	٣٢٣
ملخص للدراسة باللغة الإنجليزية	٣٣١
صورة من قرار الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بالموافقة على إجراء الدراسة	٣٤١
صور من خطابات موجهة إلى أماكن إجراء الدراسة	٣٤٤
نماذج للصحف الإلكترونية	٣٤٨

ثانيا : فهرس جداول الدراسة

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
١	عدد مستخدمي الإنترنت في العالم	٨٧
٢	صحف مصرية على شبكة الإنترنت	١٠٢
٣	صحف عربية على الإنترنت	١٠٤
٤	خصائص عينة الدراسة	١٥٩
٥	عينة النخبة الأكاديمية	١٦٠
٦	عينة النخبة الإعلامية	١٦٠
٧	عينة النخبة الدينية	١٦١
٨	عدد مرات الدخول على الإنترنت	١٦٢
٩	الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت	١٦٤
١٠	تاريخ استخدام النخبة المصرية للإنترنت	١٦٥
١١	مكان الدخول الرئيس على الإنترنت	١٦٧
١٢	أماكن أخرى للدخول على الإنترنت	١٦٨
١٣	أنظمة تشغيل الكمبيوتر التي يستخدمها النخبة المصرية	١٦٩
١٤	البرامج المتصفح للإنترنت التي يستخدمها عينة الدراسة	١٧١
١٥	أكثر محركات البحث استخداما لدى عينة الدراسة	١٧٣
١٦	مبررات استخدام النخبة المصرية للإنترنت	١٧٦
١٧	دوافع استخدام النخبة للإنترنت	١٧٨
١٨	حجم التعرض للصحافة الإلكترونية لدى النخبة المصرية	١٨١
١٩	دوافع التعرض للصحف الإلكترونية	١٨٣
٢٠	أسباب عدم التعرض للصحف الإلكترونية	١٨٥
٢١	تفضيلات النخبة المصرية لأنواع الصحف الإلكترونية	١٨٧

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
٢٢	أكثر الصحف الإلكترونية المصرية تفضيلاً لدى النخبة	١٨٩- ١٩٠
٢٣	تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية المصرية	١٩٤
٢٤	الكتاب المفضلون في الصحف الإلكترونية المصرية	١٩٦
٢٥	دوافع استخدام الصحافة المصرية	١٩٨
٢٦	الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية المصرية	٢٠٢
٢٧	الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية	٢٠٤
٢٨	الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين	٢٠٧- ٢٠٨
٢٩	دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية العربية	٢١٢
٣٠	تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية العربية	٢١٦
٣١	الكتاب المفضلون في الصحف الإلكترونية العربية	٢١٩
٣٢	الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية العربية	٢٢٠
٣٣	الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية العربية	٢٢٢
٣٤	أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية الأجنبية	٢٢٧- ٢٢٨
٣٥	دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية الأجنبية	٢٣١
٣٦	تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٣٣
٣٧	الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية الأجنبية	٢٣٦
٣٨	الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية	٢٣٨

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
٢٤٢	معدل تعرض النخبة للصحف الورقية قبل استخدام الإنترنت	٣٩
٢٤٢	معدل تعرض النخبة للصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت	٤٠
٢٤٤	أسباب الإحجام عن قراءة الصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت	٤١
٢٤٧	دوافع تعرض النخبة للصحف الورقية	٤٢
٢٥٤	درجة تأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية	٤٣
٢٥٦	العلاقة بين متغير النوع واستخدام الصحف الإلكترونية	٤٤
٢٥٧	العلاقة بين متغير الفئة العمرية واستخدام الصحف الإلكترونية	٤٥
٢٥٩	العلاقة بين متغير نوع النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية	٤٦
٢٦٠	العلاقة بين متغير النوع ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية	٤٧
٢٦١	العلاقة بين متغير الفئة العمرية ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية	٤٨
٢٦٢	العلاقة بين متغير نوع النخبة ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية	٤٩
٢٦٤	العلاقة بين متغير النوع وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية	٥٠
٢٦٥	العلاقة بين متغير الفئة العمرية وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية	٥١
٢٦٦	العلاقة بين متغير نوع النخبة وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية	٥٢
٢٦٧	العلاقة بين الخبرة الزمنية لاستخدام الإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية	٥٣

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
٥٤	العلاقة بين مكان التعرض للإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية	٢٦٨
٥٥	العلاقة بين كثافة التعرض للإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية	٢٧٠
٥٦	العلاقة بين الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية	٢٧١
٥٧	العلاقة بين نمط قراءة الصحف الورقية قبل وبعد استخدام الإنترنت	٢٧٢
٥٨	أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية المصرية	٣٢٣
٥٩	أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية العربية	٣٢٤

ثالثا : فهرس الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
١	نموذج الاستخدامات والإشباع	٤٤
٢	نموذج كاتر للحاجات من وسائل الاتصال	٥٠
٣	عناصر العملية الاتصالية عبر الإنترنت	٨٤

الباب الأول

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية للدراصة

مقدمة

احتلت الصحيفة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الاتصال لفترة طويلة ، وأدت أدوارا مختلفة في تطور المجتمعات ، والدفاع عن مكتسبات الحضارة الإنسانية ، وقادت حركات التحرر في العديد من بلدان العالم التي تعرضت للاحتلال المباشر ، ومع ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة ذات الإمكانيات الهائلة ، (وكلمة هائلة هنا ليست من قبيل المبالغة اللغوية بقدر ما تعبر عنه من توصيف دقيق لما تتيحه الإنترنت من فرص وإمكانيات) سارعت الصحف الورقية - التي رأت في الوسيلة الجديدة خطرا قد يهدد مستقبل صناعتها - بإنشاء مواقع لها على الشبكة ، وقررت الاستفادة منها بدلا من الدخول معها في منافسة غير متكافئة العناصر ، ولا مضمونة العواقب ، رغبة منها في جذب نوعية محددة من القراء في الفضاء الإلكتروني الفسيح ، ومسايرة منها للتطور التكنولوجي الذي أضفى على مقولة مارشال ماكلوهان Marshal Makluhan خبير الإعلام الكندي " إن العالم أصبح قرية صغيرة " فهما آخر لهذه القرية ، إن العالم الآن - بفضل الإنترنت - لم يعد قرية صغيرة فحسب ، ولكنه أصبح قرية متناهية الصغر ، وبدت لها ملامح أخرى لم تكن حتى في حسابان ماكلوهان صاحب هذه المقولة .

ونمت ظاهرة الصحافة الإلكترونية شيئا فشيئا ، واستفادت بعدد من الإمكانيات التي وجدتتها في الإنترنت ، فأضافت لها بعدا آخر عن الصحافة المطبوعة على الورق ، واستطاع القارئ أن يكتب رأيه في المقال أو التقرير الذي يقرأه على الإنترنت ، بل واستطاع أن يشارك في عملية صنع وإنتاج الصحيفة الإلكترونية بكتابة المقالات المؤيدة أو المخالفة لوجهة النظر الواردة في المقال الأول ، واستطاع أن يحاور المحرر ويناقشه في آرائه ، واستطاع أمورا أخرى لم يكن بإمكانه عملها و هو يقرأ الصحف الورقية التي عهدها طوال حياته ، وتغيرت كثير من المفاهيم في الممارسات الصحفية ، وفي أنماط التعرض لها ، وظهرت

صحف إلكترونية ليس لها اسم ولا تاريخ طويل ، ولكنها استطاعت في وقت وجيز أن تثبت أقدامها في عالم الصحافة الإلكترونية .

وبعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل ، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر ، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة ، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (الإذاعة والتلفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد ومجلات) ، فإن الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد ، حيث ستصبح جميعا وسائل إلكترونية .¹

وتتضح ملامح هذه الثورة إذا عرفنا أن الراديو - على سبيل المثال قد استغرق ٣٨ عاما بعد اختراعه للوصول إلى رقم ٥٠ مليون مستخدم ، بينما استغرق الإنترنت - كما حدد بيل جيتس في زيارة له بمصر في يناير ٢٠٠٤م - أربع سنوات فقط للوصول إلى هذا الرقم .²

ويرتبط التعرض للصحف الإلكترونية بعدد من المتغيرات المتعلقة بالمستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي ، وهو ما ينطبق - أكثر ما ينطبق - على أفراد النخبة في المجتمع ، التي يتميز أعضاؤها بمستوى رفيع يؤهلهم للقيام بأدوار هامة مثل نشر وتبني الأفكار والوسائل المستحدثة ، لأنهم أقدر الفئات المجتمعية مرونة في تقبل هذه المستحدثات ، وأقدرها استعدادا لممارستها وتبنيها ، لذلك كان من الأهمية بمكان التعرف على أنماط ودوافع تعرض النخب المصرية لظاهرة الصحافة الإلكترونية ، ومعرفة حدود أثر هذا التعرض على شكل العلاقة الجدلية بين مستقبل كل من الصحافة الإلكترونية والورقية .

¹د. محمود خليل ، الصحافة الإلكترونية ، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ،

١٩٩٧م) ص ٢٢

²د. محمود عطية ، إعداد الصحفي في عصر المعلومات ، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الرابع للصحفيين المصريين ، نحو

إصلاح أوضاع الصحافة و الصحفيين (القاهرة : ٢٣-٢٥ فبراير ٢٠٠٤م) ص ١

الدراسات السابقة

يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى قسمين :

القسم الأول : دراسات خاصة بالنخبة أو الصفوة وعلاقتها بوسائل الإعلام التقليدية

(١) دراسة عن استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي (١٩٩٥م)^١

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحليين والدوليين ، والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام ، ومدى تأثير التوجه السياسي والانتماء الحزبي ورسمية الموقع الوظيفي ونوعية الخلفية الثقافية لأفراد الصفوة على استخدامهم للراديو والتلفزيون المحليين والدوليين ، وتأثير الثقة في هذه الوسائل على استخدامات الصفوة المصرية لها في الظروف العادية ووقت الأزمات .

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الاستماع إلى الراديو الدولي بين أفراد العينة (٩٦%) مقابل ٩٢,٦% للراديو المحلي ، كما توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط دال إحصائيا بين المجال الوظيفي واستخدام الراديو الدولي ، فالإعلاميون يليهم السياسيون أكثر استخداما للراديو الدولي من الجامعيين والنقابيين ، كما أن أفراد العينة ذوي التخصصات الاجتماعية والإنسانية أكثر استخداما للراديو المحلي من نظرائهم ذوي التخصصات التطبيقية .

وانتهت الدراسة إلى أن دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية أتى على رأس الدوافع التي حثت عينة الدراسة على التعرض للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، كما أن المضمون الإخباري جاء على رأس قائمة البرامج التي يحرص أفراد العينة على متابعتها .

^١ عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٥)

وبيّنت الدراسة أن درجة الاحتكاك الثقافي بالثقافات الأجنبية تؤثر على استخدام وسائل الاتصال الدولية بين أفراد العينة ، كما يؤثر الانتماء السياسي على درجة الثقة واستخدام الراديو والتلفزيون المحليين والصحف القومية .

(٢) دراسة عن مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات ، دراسة حالة على حادث الأقصر (١٩٩٨م)^١

وقد استنتجت الدراسة أن التلفزيون الوطني تصدر وسائل الاتصال الأخرى كأول مصدر للإعلام عن حادث الأقصر ، حيث جاءت الوسائل الإلكترونية (التلفزيون والراديو) في المرتبة الأولى والثانية ، وتقاسم مع التلفزيون المحلي شبكة CNN الإخبارية المرتبة الأولى في اعتماد الصفوة المصرية لوسائل الإعلام ، كما توصلت الدراسة إلى تبين أسباب اعتماد النخبة المصرية على التلفزيون خلال حادث الأقصر ما بين الثقة في الوسيلة والمساعدة على فهم الأحداث وتفسيرها ، والمساعدة على اتخاذ القرارات ، كما تنوعت التأثيرات المترتبة على اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون ، وجاءت في المقدمة التأثيرات الوجدانية ، تلتها التأثيرات السلوكية ، وأخيرا التأثيرات المعرفية بما يعكس عدم نجاح التلفزيون في إحداث التأثيرات المعرفية المطلوبة أثناء الحادث .

(٣) دراسة علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينات (١٩٩٨م)^٢

وتهدف هذه الدراسة إلى رصد أنماط تعامل النخب السياسية المصرية مع الصحافة فيما يتعلق بمعدلات القراءة ودوافعها ، وأنماط التفضيلات لمختلف الصحف ودوافع التفضيل ، والتعرف على آراء وتقييمات النخب السياسية بشأن

^١د.سوزان يوسف القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (دراسة حالة على حادث الأقصر) ،
المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ٠ جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد الرابع ، ديسمبر (١٩٩٨م)

^٢هشام عطية عبد المقصود ، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينات ،
دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ١٩٩٨م)

وقوته ، وبالتالي معرفة مدى نجاح الصحافة في تحقيق وظيفة وضع الأجندة لقضايا البيئة لدى جمهور الصفوة .

وتوصلت الدراسة إلى أن قضية تلوث المياه جاءت في مقدمة أولويات قضايا البيئة في الصحافة ، وجاءت جريدة الأهرام في المرتبة الأولى في الخريطة الصحفية لجمهور الصفوة بنسبة ٣٢% ، ومجلة روزاليوسف في الخريطة الصحفية بالنسبة للمجلات بنسبة ٢٠,١% ، وأن التحقيق الصحفي جاء في مقدمة الأنماط الصحفية التي يستخدمها القارئ بالاتصال بنسبة ٦٨,٥% فيما يتعلق بموضوعات البيئة .

واستنتجت الدراسة وجود معامل ارتباط طردي متوسط بين أجندة الصحافة وأجندة جمهور النخبة ، ومعامل ارتباط قوي بين الصفوة والقائمين بالاتصال ، أي أن القائمين بالاتصال قاموا بوضع الأجندة بالنسبة لجمهور الصفوة .

القسم الثاني دراسات خاصة بالصحف الإلكترونية

ويمكن تقسيم هذه الدراسات أيضا إلى محورين :

المحور الأول : دراسات تتعلق بالصحف الإلكترونية ملامح الواقع ، وتأثيراتها في الممارسات الصحفية ، ومنها :

(١) دراسة عن التفاعلية في الصحف الآسيوية الناطقة بالإنجليزية (١٩٩٩م)^١

اهتمت هذه الدراسة بتحليل عينة مكونة من ٤٤ من الصحف الآسيوية الصادرة باللغة الإنجليزية على شبكة الإنترنت .

وتوصلت الدراسة إلى التمييز بين شكلين رئيسيين من أشكال التفاعلية ، حيث أشارت إلى إمكانية التمييز بين جانبين يرتبطان بالتفاعلية في الاتصال ، كما ينبغي

^١ Brain L. Massy and Mark R. Levy (spring 1999) Interactivity Online Journalism and Mass Communication Quarterly, vol 76. No. 1, Pp 138-151

أن تكون في مواقع الصحف الفورية ، ويشير الأول منهما إلى التفاعلية بين المستخدم والنص ، أو ما يمثل المرونة في استخدام المحتوى Content Interactivity ، ويشير الثاني إلى التفاعلية في الاتصال الشخصي المتبادل بين المستخدم والمحرر ، وبين المستخدمين وبعضهم البعض Interpersonal Interactivity ، واعتمدت الدراسة في قياس درجة التفاعلية التي تسعى الصحف الإلكترونية لتحقيقها على التنوع في المحتوى الذي تقدمه لمستخدميها ، أما متغير الاستجابة للمستخدمين فتم تقسيمه إلى الاستجابة المحتملة ، وترتبط بالوسائل التي تتيحها الصحيفة للمستخدمين لمراسلة الصحفيين ، مثل تقديم وصلات البريد الإلكتروني للصحفيين ، والاستجابة الواقعية الفعلية ، وتتمثل في تجاوب الصحفيين مع رسائل القراء .

وتوصلت الدراسة أيضا إلى غياب التفاعلية في الاتصال الشخصي المتبادل بين المستخدم والمحرر ، وبين المستخدمين وبعضهم البعض في مواقع الصحف الإلكترونية الآسيوية الصادرة باللغة الإنجليزية ، وكشفت الدراسة أن ٥٠% فقط من الصحف التي خضعت للدراسة أتاحت قنوات الاتصال الشخصي بين المستخدمين عبر مواقعها ، وتنوعت ما بين خدمات الحوار الجماعي (الدردشة) والمناقشات الجماهيرية العامة التي تدار تحت إشراف مسئول ، وأخرى تتم بشكل عشوائي دون وجود منظم لهذه الساحات

(٢)دراسة عن استخدامات الصحافة المصرية لشبكة الإنترنت وانعكاسها على الأداء الصحفي (١٩٩٩م)^١

وهي دراسة أجريت على عينة قوامها ٣٢ مفردة من الصحفيين من مستخدمي الإنترنت والعاملين في ١٢ صحيفة مصرية لكل منها موقع إلكتروني على الإنترنت .

وتوصلت الدراسة إلى أن استفادة الصحف المصرية من الإمكانيات التي توفرها الإنترنت لا تزال محدودة ، ومتمثلة في استخدامها كموقع إخباري أو

^١د.محمد سعد إبراهيم ، استخدامات الصحافة المصرية لشبكة الإنترنت وانعكاسها على الأداء الصحفي ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ١٩٩٩م)

كمصدر للحصول على المعلومات ، أو كوسيلة اتصال بالبريد الإلكتروني ، في حين غابت العناصر التفاعلية والخدمات الإعلانية والتسويقية .

كما توصلت الدراسة إلى محدودية عدد الصحفيين من مستخدمي الإنترنت ، حيث يتركز غالبيتهم في أقسام الشؤون الخارجية والترجمة والتكنولوجيا ، وتقلص فرص استخدام المشاركين في دورات تدريبية ، إما بسبب ضعف القدرة المالية ، أو لعدم إتقان الإنجليزية .

(٣) دراسة عن تجربة الصحافة المصرية والعربية : الواقع وآفاق المستقبل (١٩٩٩م)^١

وتوصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى أن الفارق الأساسي بين الجريدة المطبوعة ونظيرتها الإلكترونية من خلال تجربة الصحافة المصرية والعربية ليس من جهة المادة التحريرية ، ولكن من جهة الخدمات الإضافية التي تجذب وتهم مستخدمي الشبكة ، وفي مقدمتها خدمة الأرشفة للأعداد السابقة ، وخدمة البحث ، واعتبرت الدراسة الصحف الإلكترونية المصرية والعربية على الإنترنت وسيلة لإعادة نفس مضمون الصحيفة المطبوعة دون التفكير في التعامل مع النص بما يتيح استغلال إمكانيات الوسيلة الإلكترونية التي تنقله .

(٤) دراسة عن واقع الصحف الفورية المصرية (٢٠٠٠م)^٢

واستنتجت هذه الدراسة أن الصحف المصرية تستفيد من النشر الفوري بشكل سطحي ، فهي بعيدة عن أوجه الاستفادة الحقيقية مثل استخراج المعلومات الفورية ، والتعامل مع مصادرها المختلفة على الإنترنت ، وابتكار أشكال صحفية جديدة تدعم المناقشات والحوارات الحرة ، إلا أن الميزة الرئيسة للاتجاه نحو الإصدار

^١د. نجوى عبد السلام فهمي ، تجربة الصحافة المصرية والعربية : الواقع وآفاق المستقبل ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (

جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد ٤ ، ١٩٩٩م) ص ص ٢٠٣-٢٤١

^٢ El Gody, Ahmed(2000) Egyptian Based Model for the Uses and Limitation of Online Journalism Application, Un published Ma , American University In Cairo , Department of Mass Communication studies.

الفوري في توفير تلك الخدمة الصحفية للجمهور الذي يجد صعوبة في الحصول على النسخة الأصلية الورقية من صحيفته ، كما أشارت الدراسة إلى أن المؤسسات الصحفية في معظم الدول العربية لا تزال تعاني من نقص ملحوظ في عدد الصحفيين المؤهلين للتعامل مع الوسيلة الفورية الحديثة والاستفادة الكاملة منها ، في الوقت الذي يتزايد فيه عدد مستخدمي الإنترنت في البلاد العربية بشكل متنامٍ .

(٥) دراسة عن الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت (٢٠٠٠م)^١

استهدفت الدراسة وصف وتحليل وتقويم مواقع الصحف الإلكترونية الدينية المنشورة على الإنترنت بالتطبيق على موقع صحيفة عقيدتي ، في ضوء الإمكانيات المتعددة التي تتيحها شبكة الإنترنت .

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية الدينية لم تستفد من عروض الوسائط الفائقة وتطبيقاتها في مواقعها ، فلم تقدم خدمات إعلامية كبيرة لمستخدميها ، إذ أنه يمكنها استغلال عروض الوسائط الفائقة في تغطيتها للموضوعات مستعينة بالتعليقات الصوتية والفيديو والرسوم المتحركة للوصول إلى تغطية متكاملة للأحداث المرتبطة بالقضايا الدينية المثارة في الموقع .

(٦) دراسة عن تأثير العوامل المرتبطة بطبيعة المؤسسة التي تصدر عنها الصحيفة الإلكترونية (٢٠٠٠م)^٢

واستهدفت هذه الدراسة دراسة التأثيرات المختلفة للمؤسسة التي تصدر الصحيفة الإلكترونية من حيث كونها هادفة للربح ، ومن حيث وجود إصدارات ورقية لها على مدى استفادة الصحف الإلكترونية من إمكانيات التفاعلية التي يتيحها النشر الإلكتروني على الإنترنت ، واعتمد الباحثون على تحليل محتوى

^١د. مها محمد كامل الطرايشي ، الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت ، دراسة تحليلية وصفية لموقع عقيدتي ، بحث منشور بمجلة كلية الآداب (جامعة حلوان : كلية الآداب ، العدد السابع ، يناير ٢٠٠٠م)

^٢ Kenny,Keith,Alexander Gorelik"&Sam Mwangi(6-2000) Interactive Features of Online Newspaper available online at:<http://firstmonday.org/Issues/hssue5-1/Kenny/Index.html> , access on 5/6/2004

الصحف المدروسة ، وتحديدًا تحليل كل أشكال المواد الإخبارية ، وتتضمن القصص الإخبارية وما تحتويه من وصلات وصور ولقطات فيديو ومواد مسموعة ، وغير ذلك من المواد التي يضيفها الصحفيون والمستخدمون لمواقع هذه الصحف .

وتوصلت الدراسة إلى خطأ الفرض القائل بأن الصحف الفورية التي تسعى للربح تحتوي مواقعها على ملامح وإمكانيات تفاعلية تفوق نظيرتها التي لا تسعى للربح ، بمعنى أن الإصدارات الفورية الغير هادفة للربح لديها من الإمكانيات التفاعلية أعلى من الإصدارات الإلكترونية التي تهدف إلى الربح ، وبرر الباحثون ذلك بافتراض أن الصحف الإلكترونية التي لا تهدف إلى الربح لديها المزيد من الدوافع لتكوين جماعات افتراضية متفاعلة من خلال قنوات الاتصال التفاعلية المرنة ، لذا فهي تقدم لمستخدميها المزيد من قنوات ووسائل تبادل الاتصال .

كما توصلت الدراسة إلى صحة الافتراض القائل بأن الصحف الفورية التي لها نسخ مطبوعة تقليدية تحتوي على إمكانيات للتفاعلية تقل عن نظيرتها من الصحف الفورية التي ليس لها إصدارات ورقية تقليدية ، وتوصلت إلى أن مواقع الصحف الفورية التي ليس لها إصدارات ورقية تعتبر - وبنسبة طفيفة - أكثر تفاعلية من نظيرتها التي لها إصدارات ورقية .

(٧) دراسة عن الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة في المفهوم والسمات الأساسية (٢٠٠١م)^١

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحيفة الإلكترونية تتفوق بعدة سمات لا يمكن أن تتوفر للصحف الورقية نتيجة للبيئة الإنتاجية وطبيعة الصحيفة الإلكترونية ، وأهمها تمتع الصحيفة الإلكترونية بمزايا تقنية النص الفائق والوسائط الفائقة ، مما يجعل الصحيفة الإلكترونية هي الأكثر استفادة من ثورة المعلومات ، إلى جانب الانتقائية العالية لدى القارئ في التعرض للموضوعات ، وهو ما يترتب عليه الحيادية العالية في عرض الموضوعات بالصحيفة الإلكترونية ، ويأتي ذلك نتيجة

^١د. سعيد الغريب ، الصحيفة الإلكترونية والورقية ، دراسة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد الثالث عشر ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١م)

لحقيقة أن الموضوع هو الوحدة الإخراجية في الصحيفة الإلكترونية ، على عكس الصحيفة الورقية التي تمثل الصفحة وحدتها الإخراجية .
كما أثبتت الدراسة أن من مميزات الصحيفة الورقية أنها قابلة للنقل وقابلة للحفظ ، فضلا عن أن الصحيفة الورقية تتسم بالعراقة فيما يتعلق بالتغطية التفسيرية والاستقصائية ، كما أن قراءة النص المطبوع لا تزال عادة لها سحرها لدى القراء نظرا لأن قراءته تعد أكثر سهولة وراحة من قراءة النص الإلكتروني عبر الشاشة .

(٨) دراسة عن انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي (٢٠٠١م)^١

وتوصلت هذه الدراسة التي أجريت على ٦٠ مفردة تم تعريضهم لصحيفتي الجمهورية ، و يو إس إيه توداي USA Today الأمريكية باستخدام المنهج التجريبي إلى أن مصادر المعلومات الصحية لدى الشباب الجامعي تمثلت في الاتصال الشخصي (الأطباء والصيدلة) في المركز الأول بنسبة ١٤,٧% ، تلاها الإنترنت بنسبة ١١,٤% ، ثم الصحف الورقية المصرية بنسبة ٩,١% ، ثم الصحف الإلكترونية المصرية بنسبة ٥,٨% ، فالصحف الإلكترونية الأجنبية بنسبة ٥,٦% .

كما أثبتت الدراسة أن المضامين الرياضية والفنية وأخبار الجريمة أحد أهم أولويات التفضيل لدى الشباب الجامعي الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا ، كما أثبتت زيادة الفجوة الإدراكية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط ، أو للصحف الورقية فقط مقارنة بالذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا .

^١د. مها محمد الطرابيشي ، انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي ، دراسة تجريبية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ٢٠٠١م)

(٩) دراسة عن الإمكانيات التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت (٢٠٠١م)^١

وتوصلت هذه الدراسة - التي قامت فيها الباحثة بتحليل عينة عشوائية من المواقع الإخبارية ، سواء التابعة لصحف مطبوعة أو محطات إذاعية أو لشركات تعمل في مجال الإنترنت ، وبلغ عددها ٤٥ موقعا - إلى أن المواقع الإخبارية العربية ، وخاصة التابعة لدور نشر صحفية لا تحرص على إتاحة الفرصة للمتريدين عليها لإبداء الرأي في مختلف القضايا ، وأشارت إلى أن مستوى التفاعلية الذي أتاحته الشركات العاملة في مجال الإنترنت كان أعلى من ذلك الذي أتاحته المواقع الإخبارية التابعة لدور نشر صحفية ، كما أن هذه المواقع كانت أكثر استفادة من الإمكانيات التكنولوجية التي تتيحها الإنترنت عن المواقع التابعة لدور الصحف .

وانتهت الدراسة كذلك إلى أنه ما يزال يسيطر على الصحافة الإلكترونية العربية عدم الاستغلال الكامل للإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية ، فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي ، كما أن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية كان في أدنى مستوياته ، أو كان غائبا تماما، مع عدم حرص الصحف العربية الإلكترونية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء ، لذا فهي لا تحرص على إتاحة عناوين البريد الإلكتروني لمحرريها .

كما كشفت الدراسة عن اتجاه الغالبية العظمى من المواقع الإخبارية المدروسة إلى الاكتفاء بتحديث المحتوى المنشور على الشبكة يوميا ، ما عدا ١١% من عينة البحث تميزت بتحديث كل مادة إخبارية على حدة ، وهي بذلك تستفيد من إمكانيات الإنترنت التي تزود المتريدين عليها بأخر تطورات الأحداث ، ولا تتقيد بضرورة نشرها في الصحف المطبوعة مسبقا .

^١د. نجوى عبد السلام فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، بحث منشور في مجلة بحوث الرأي العام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ديسمبر ٢٠٠١م)

(١٠) دراسة عن انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب

الجامعي للقضايا السياسية العربية ، دراسة ميدانية (٢٠٠١م)^١

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الورقية تعد أهم مصادر معلومات القضايا السياسية العربية لدى الشباب الجامعي ، إذ بلغت نسبة الاعتماد على الصحف الإلكترونية في الحصول على معلومات القضايا السياسية العربية ١٣,٨% فقط ، كما كشفت الدراسة عن ازدياد الاعتماد على الصحف الإلكترونية الأجنبية التي يتزايد توظيفها للخدمات التفاعلية التي تتيحها الإنترنت مقارنة بالصحف الإلكترونية المصرية .

كما توصلت الدراسة إلى أن هناك فجوة إدراكية للقضايا السياسية العربية في الصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعي مقارنة بالصحف الورقية ، ويؤكد ذلك أن قيمة فروق الفجوة ٧,٤% بين الذين يتعرضون للصحف الورقية والإلكترونية .

(١١) دراسة عن الفن الصحفي في النسخ الصحفية المطبوعة

والإلكترونية (٢٠٠٣م)^٢

وهدفَت الدراسة إلى وصف وتحليل الفنون الصحفية من حيث الشكل والمضمون في الصحف الورقية والإلكترونية ، والتعرف على السمات الاتصالية المميزة للصحف الإلكترونية ، ومدى التزام الصحف الإلكترونية بالسمات الاتصالية المميزة لها .

وتوصلت الدراسة إلى أن المضمون السياسي جاء في المرتبة الأولى في كل من الصحف الإلكترونية والورقية على حد سواء ، يليها الموضوعات

^١ د. نوال عبد العزيز الصفدي ، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية ، دراسة ميدانية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ٢٠٠١م)

^٢ د. عبد الجواد سعيد ربيع ، الفن الصحفي في النسخ الصحفية المطبوعة والإلكترونية ، دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام الصباحية ، الحياة اللندنية ، نيويورك تايمز ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣م)

الثقافية ، وغلبة المضمون المحلي في جريدة الأهرام ، دون صحيفتي الحياة ونيويورك تايمز التي خصصت مساحة جيدة للموضوعات الدولية والأخبار العالمية ، وأن الشكل الصحفي الخبري هو أكثر الأشكال الصحفية استخداما ، فالمقال ، فالحديث والتحقيق في كل من الصحف الورقية والإلكترونية .

كما استنتجت الدراسة عدم وجود أي أنماط صحفية جديدة تميزت بها النسخ الإلكترونية عن النسخ المطبوعة من الصحف المدروسة ، كما دلت على ندرة المواد الإعلانية في كل من موقعي صحيفتي الأهرام ، والحياة ، ويختلف الأمر بالنسبة لصحيفة نيويورك تايمز التي تمتلك من القدرة ما استطاعت به إقناع المعلنين بتميز النسخة الإلكترونية كأصدار مستقل عن الإصدار المطبوع .

(١٢) دراسة عن التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة

دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية (٢٠٠٣م) ^١

وهدفت هذه الدراسة إلى رصد حجم التقنية الإلكترونية في الجرائد القومية اليومية (الأهرام ، الأخبار ، الجمهورية) .

وقد خلصت الدراسة إلى أن التجربة المصرية في نشر الصحف الإلكترونية لا تزال في طور النشأة والبلوغ ، فلم تمض على تجربة هذه الصحف مع النشر الإلكتروني سوى سنوات معدودة ، ومع ذلك أظهرت مستويات متقدمة من المهنية الصحفية ، وتنسباً الباحث لهذه الصحف الإلكترونية- التي تتنافس فيما بينها - أن ترقى عن قريب إلى مستوى " تناطح فيه الصحف الإلكترونية العالمية بكل سبل الاتصال التفاعلي والوسائط المتعددة " .

^١ محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل ٢٠٠٣)

(١٣) دراسة عن استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت (٢٠٠٤م)^١

استهدفت الدراسة التعرف على خصائص الجمهور المصري المستخدم للصحف الإلكترونية ودوافع استخدامه لها وتحليل مستوى الإمكانيات التفاعلية في مواقع الصحف اليومية الإلكترونية على الإنترنت . وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الدوافع لاستخدام الصحف الإلكترونية هي الدوافع النفعية ممثلة في الحصول على المعلومات والأخبار عن بعد ، والفورية في متابعة تطورات الأحداث ، بينما جاءت الدوافع الوقتية المتمثلة في الفضول لاستخدام وسيلة إعلامية جديدة من أقل الدوافع إلحاحا لاستخدام النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية .

كما توصلت الدراسة إلى أن استفادة الصحف الإلكترونية من ميزة تقديم المواد الإخبارية في مستويات ومحاور متنوعة من المعلومات من خلال الاعتماد على قالب غير خطي في إعداد المادة ضعيفة ومحدودة ، كما سجلت الدراسة انخفاض مستوى التفاعلية بين المستخدم والنص في كل من صحيفتي الأهرام والشرق الأوسط ، حيث جاء في أدنى مستوياته ، بينما قدمت صحيفة يو إس إيه توداي USA Today صاحبة النصيب الأكبر في صحف الدراسة من التفاعلية - موضوعات تعتمد على البناء غير الخطي ، وتتيح التفاعل بين المستخدم والنص ، وفيما يتعلق بمدى المصادقية بينت الدراسة أن أكثر من نصف المبحوثين يثقون بدرجة عالية في النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية عموما ، ويثقون في النسخ الإلكترونية من الصحف الأجنبية أكثر من نظيرتها من الصحف المصرية والعربية ، كما أكدت أن الجمهور يستخدم هذه النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية وخدمات المعلومات الفورية الأخرى كمصادر مكملة لمصادر المعلومات التقليدية وليست بديلا عنها .

^١ أمها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت ، دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٤م)

المحور الثاني : دراسات تبحث في مستقبل العلاقة المحتمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية :

وهي الدراسات التي حاولت استشراف مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية والتأثيرات المتبادلة بينهما .

(١) دراسة عن الصحافة الإلكترونية والانطلاق إلى أين ؟ ١ (١٩٩٦م)

وقد أجريت هذه الدراسة على ٤٠ صحيفة يومية أمريكية تصدر من ٢٦ ولاية مختلفة ، وتمثل نسبة ٣٢% من كل الصحف اليومية الأمريكية الصادرة على الإنترنت ، ولها إصدارات مطبوعة تقليدية .

وتوصلت الدراسة إلى أن التفوق المستقبلي سيكون لصالح الصحف الإلكترونية ، واستندت الدراسة في ذلك إلى العديد من التحديات التي باتت تواجه الصحيفة المطبوعة ، ومنها الانخفاض المستمر في معدلات قراءتها ، والذي يواجه الزيادة المستمرة في إقبال الجمهور على الاستفادة من شبكة الإنترنت ، وما تقدمه من قدر هائل من المعلومات بشكل سريع وفوري ، هذا إلى جانب المشكلة الرئيسة التي تواجه الصحيفة المطبوعة ، وتتعلم بالتكلفة المالية المرتفعة لإنتاجها وتوزيعها في مقابل الصحيفة الفورية التي تنتج وتوزع بشكل أكثر سهولة وأقل تكلفة وأكثر سرعة .

(٢) دراسة عن مستقبل الصحف الفورية اليومية الألمانية على شبكة الويب (١٩٩٧م) ٢

وتناولت الدراسة الجوانب التنظيمية والإدارية لهيئة التحرير في الإصدارات الإلكترونية الألمانية اليومية ، وطبيعة الممارسات والقرارات

¹ Harper, Christopher (Summer/fall, 1996) Online Newspaper : Going Some Where or Going Nowhere? , Newspaper Research Journal , Vol17, No.34, Pp.2-13

² Neuberger / Christopher (1997) Online The future of Newspaper Germany's Dailies on the World Wide Web, available online at : <http://Jcmc.huji.ac.il/vol4/issue1/00stendorp.htm/>

المتعلقة بشئون التحرير فيها ، وأوجه الاختلاف بين النسخة الإلكترونية والنسخة المطبوعة لنفس الصحيفة .

وقد تبنت الدراسة وجهة النظر التكاملية في العلاقة بين الصحف الإلكترونية والصحف الورقية ، وانتهت الدراسة إلى أن معظم قرارات وممارسات هيئة التحرير في الإصدارات الفورية تعتمد على القرارات التحريرية لمحرري الصحف المطبوعة ، مما أدى إلى ظهور الإصدارات الإلكترونية- خاصة المواد الإخبارية فيها- كنسخة طبق الأصل من الصحيفة المطبوعة ، وأشارت إلى أنه نادرا ما يعاد صياغة وتحرير الموضوعات الصحفية ليعاد نشرها في النسخة الإلكترونية ، وتتركز الإضافات الأساسية في مجرد إتاحة وصلات يمكن للمستخدم من خلالها مراسلة كتاب الموضوعات الصحفية .

وأكدت الدراسة أن التكامل بين النسخ الورقية والإلكترونية يمتد ليؤثر على المستخدم نفسه ، ذلك أن الصورة الذهنية لدى المستخدم عن النسخة المطبوعة يمكن أن تؤثر على توقعه وتصوره نحو الإصدار الإلكتروني لنفس الصحيفة ، فمستخدم الإصدار الإلكتروني يعرف مقدما ما الذي يمكن أن يجده فيه ، خاصة وأنه يحتفظ بنفس اسم النسخة المطبوعة ، ويستخدم أسلوب مشابه في التصميم ، بل ويعرض مواد صحفية مشابهة إلى حد كبير لتلك المعروضة في النسخة المطبوعة ، وهو ما يعني أن الإصدارات الإلكترونية لم تستغل بعد الإمكانيات التي تتيحها الإنترنت بالشكل المطلوب .

(٣) دراسة عن إنتاج واستخدام الصحف العربية (٢٠٠٠م)^١

وتناولت الدراسة اتجاهات قراء الصحف ، وتفضيلاتهم المختلفة من حيث المحتوى والشكل الفني للصحيفة ، واستخدمت الدراسة مدخل مسح أساليب الممارسة ، إضافة إلى مسح طبيعة تعرض الجمهور لهذه الصحف ، وتضمنت

^١ Fayez.Alshehri: Electronic Newspaper On The Internet: A study of the Production and consumption of Arab Dailies on The World Wide Web , Thesis, of PHD , Department of Journalism Studies , University of Shffield , UK. 2000

الدراسة استطلاعاً لآراء القائمين على الصحف العربية الإلكترونية حول عمليات إنتاج هذه الصحف ومصادر تمويلها . وكشفت الدراسة التي أجريت على ناشري الصحف الإلكترونية العربية أن مستقبل الصحافة العربية غير واضح ، وأن الإنترنت قد لا تكون مهدداً رئيساً للصحف المطبوعة في المستقبل المنظور ، بل على العكس يفيد غالبية الناشرين العرب (٥٩%) الذين شملتهم الدراسة بأن الإنترنت قد ساعدت على نشر وترويج النسخ المطبوعة ، وإن أكدوا أن هذه القنوات مبنية على تكهنات ، لا على نتائج دراسات السوق ، كما أبدت نسبة مهمة من الناشرين مشاعر قلق من تغير الدور الإخباري للصحف في ظل التنافس وانتشار وسائل الإعلام الجديدة وسرعة وشعبية وسائل الاتصال اللاسلكية .

(٤) دراسة عن الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة (٢٠٠٢م)^١

وتوصلت الدراسة التي أجريت على ٧٤ مفردة من مستخدمي الإنترنت في غزة إلى أن فلسطين عرفت الصحافة الإلكترونية مبكراً مقارنة بالدول العربية الأخرى ، حيث ظهرت ثلاث صحف فلسطينية هي (القدس ، الحياة الجديدة ، البلاد) في يونيو ١٩٩٦م ، كما كشفت الدراسة عن أن الصحف الإلكترونية الثلاث ليس لها طاقم إداري وتحريرى خاص ، إذ يشرف عليها شركات متخصصة في الإنترنت ، وتعاني من رتابة مواقعها ، وافتقارها إلى العناصر التفاعلية القادرة على جذب القراء .

وبينت الدراسة أن ٤٦,٩% من عينة الدراسة يرون أن تأثير قراءة الصحف الإلكترونية على المطبوعة محدود يتراوح ما بين قليل ولا تؤثر ، ويؤيد حوالي ٦٤% من العينة قراءة الصحف الورقية بشكل أو بآخر بعد الاشتراك في الإنترنت ، ويرجع ذلك لكونها تحتوي على موضوعات أكثر من

^١د.جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة دراسة ميدانية ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية (جامعة الأزهر : كلية اللغة العربية ، العدد العشرون ، ٢٠٠٢م)

الصحف الإلكترونية ، وان أهم دوافع تعرض عينة الدراسة للصحافة الإلكترونية هي الحصول على المعلومات الإضافية غير المنشورة في الصحف المطبوعة .

(٥) دراسة عن تصفح الصحف على الإنترنت في المملكة العربية السعودية (٢٠٠٣م)^١

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية لا تثير اهتمام نسبة مهمة من رواد الإنترنت في المملكة العربية السعودية ، فهناك ٦٦% أعلنوا أنهم لم يسبق لهم زيارة مواقع الصحف ، الأمر الذي ربما يعطي مؤشرا إلى عدم قدرة كثير من الصحف على جذب هذه الشرائح من متصفحي الإنترنت . كما كشفت الدراسة عن اعتقاد قرابة ثلث عينة الدراسة بأن الصحف الإلكترونية سوف تحل محل الصحف المطبوعة ، بينما لا ترى ٤٩% نفس الرأي السابق ، ورأى الباحث أن ذلك يعطي مؤشرا على بداية اختراق الصحافة الإلكترونية للنسق الثقافي وعادات الجمهور .

(٦) دراسة عن واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت (٢٠٠٣م)^٢

وسعت هذه الدراسة إلى تقديم وصف عام للصحف السعودية الإلكترونية ، والخدمات التي تقدمها عبر شبكة الإنترنت ، ورؤية رؤساء تحرير هذه الصحف للعلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية في المستقبل .

^١ حمزة بيت المال ، تصفح الصحف على شبكة الإنترنت في المملكة العربية السعودية ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)

^٢ د. فايز الشهري ، واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)

وتوصلت الدراسة إلى عدم وضوح السياسات التحريرية والإدارية المتبعة في إدارة محتوى المواقع الإلكترونية ، ويرتبط بها أيضا عدم وضوح الإجراءات الفنية المتبعة في تحديث المحتوى في الإصدارات المنشورة على الإنترنت .

وفيما يتعلق بتصورات رؤساء التحرير السعوديين لمستقبل الصحافة الإلكترونية اعتقد المبحوثون أن الصحف الورقية سوف تظل موجودة إلى جانب الصحافة المطبوعة ، ولكن دون تطور ملحوظ خاصة من حيث الموارد المالية ، كما أشاروا إلى أنهم لا يرون في الصحافة الإلكترونية مهددا للصحافة المطبوعة ، وأنه ليس هناك تأثير ملحوظ من الصحيفة الإلكترونية على مقروئية الصحف المطبوعة .

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحيفة الإلكترونية بمفهومها العلمي غير موجودة في فضاء النشر الإلكتروني الذي ترعاه الصحف السعودية اليومية ، كما أن النسخة الإلكترونية تعتمد كلياً على روح وسمعة النسخة الورقية . وسعت الدراسة إلى بيان الأسباب التي دعت الصحف السعودية إلى إطلاق نسخ إلكترونية ، فجاء الدافع الخاص بمواكبة التقنيات الحديثة في مقدمة الدوافع لاتجاه الصحف السعودية نحو النشر الإلكتروني ، يليه تقديم خدمات أفضل للقراء بما فيها خدمة المواطنين المغتربين في الخارج وربطهم بأخبار بلادهم ، ثم العمل على انتشار الصحيفة الورقية ، وأخيراً بهدف تجاري .

(٧) دراسة عن اعتماد النخبة السعودية لمصادر الأخبار الإلكترونية

واتجاههم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي (٢٠٠٣م)^١

أجريت الدراسة على عينة مكونة من ١٥٠ مفردة من النخبة الإعلامية والسياسية والأكاديمية في المملكة العربية السعودية ، وتوصلت إلى أن الأنبة في متابعة الأحداث من أهم السمات المهنية ذات العلاقة بالمضمون التي تدفع جمهور النخب للاعتماد على مصدر إلكتروني إخباري دون آخر ، وهو ما يشير إلى الفجوة بين اهتمامات الجمهور واحتياجاتهم ، وبين مدى اهتمام وحرص مواقع الصحف الفورية والمواقع الإعلامية عموماً على الاستفادة من إمكانيات النشر الإلكتروني عبر الإنترنت وتوظيفها بما يضمن إشباع هذه الاحتياجات بفاعلية .

كما توصلت الدراسة إلى تقدير النخب السعودية المرتفع للسمات الشكلية التي تقدم بها المصادر الإخبارية الإلكترونية خدماتها ، حيث جاءت سهولة الاستخدام وسهولة الحفظ والاسترجاع في المرتبتين الأوليين بين العوامل التي تدفع جمهور النخبة للاعتماد على مصدر إلكتروني دون آخر .

(٨) دراسة عن اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة

في عصر الإنترنت (٢٠٠٣م)^٢

واستنتجت الدراسة - التي تمت على عينة مكونة من ٢١٠ صحفياً ينتمون إلى ست صحف لها إصدار إلكتروني على شبكة الإنترنت - أن الصحفيين السعوديين الذين يعملون في الصحف المطبوعة يحملون اتجاهات إيجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة في جانبي الانتشار واستقطاب المعلنين

^١فهد بن عبد العزيز العسكر وعبد الله الحمود ، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاههم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)

^٢د.فهد العسكر ، ود. فايز الشهري، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣م)

على مواجهة ما ستشهده الصحافة المطبوعة من منافسة قوية من قبل الوسائل التقنية الحديثة ، وبخاصة ما يتيح الإنترنت من بدائل متعددة .

وكشفت الدراسة أن الصحفيين السعوديين يرون أن الصحف المطبوعة قادرة على الإبقاء على قرائها الحاليين إلى جانب استقطاب قراء جدد ، إضافة إلى قدرتها على استقطاع حصة مناسبة من السوق الإعلانية في المملكة العربية السعودية ، وهو ما يشير إلى قدرة هذه الصحف على البقاء أمام التقنية الحديثة ، إلا أن الباحثين فسروا ذلك بعدم وضوح الرؤية لدى الصحفيين السعوديين بالقدر المناسب ، حول طبيعة التهديدات المستقبلية التي ستواجهها الصحافة المطبوعة ، وبخاصة مع تأخر الصحف السعودية في اتخاذ الاستعدادات اللازمة لمواجهة هذه التحديات ، وبالذات على صعيد تأهيل الصحفيين لمواكبة المرحلة القادمة ، وتبني الأنماط المهنية والتقنية الكفيلة بالتعايش مع الواقع التنافسي الجديد .

تعليق على الدراسات السابقة

باستعراض الدراسات السابقة يسجل الباحث ما يلي :

- (١) أنه مع كثرة الدراسات التي تناولت الصحف الإلكترونية ، إلا أن موضوع البحث حتى الآن غير واضح المعالم ، كما أن هذا المجال البحثي بحاجة إلى معرفة خصائص مستخدمي الصحف الإلكترونية وأنماط الاستخدام ، حيث خلت سائر الدراسات السابقة من تناول هذه الجزئية إلا في دراسة واحدة .
- (٢) أن الدراسات التي أجريت على مستخدمي الصحف الإلكترونية المصرية أخذت محورا واحدا من محاور دراسة جمهور الصحف الإلكترونية ، أو حاولت قياس جزئية محددة من تأثير التعرض لهذه الوسيلة الحديثة كتأثيرها على الثقافة الصحية أو الإلمام بالقضايا السياسية العربية .

(٣) أن غالبية الدراسات العربية ركزت -أثناء دراستها للجمهور المستخدم - على فئة عمرية معينة وهي الشباب الجامعي ، كما أن معظم العينات التي خضعت للدراسة الميدانية تراوحت ما بين ٦٠-١٠٠ مفردة ، الأمر الذي يلاقي صعوبات علمية في تعميم نتائج البحوث .

(٤) أنه وإن كانت هناك ما يمكن تسميته بالوفرة في الدراسات الأجنبية التي حاولت قياس مستويات التفضيل ودوافع التعرض للصحافة الإلكترونية ، إلا أن هذه البحوث يصعب تعميم نتائجها على كثير من المجتمعات ومنها مصر بطبيعة الحال ، وذلك نظرا لاختلاف بعض المتغيرات الهامة التي قد تؤثر في نتائج البحث .

(٥) أن بعض الدراسات اتسمت بنتائجها بالوهن ، كأن تتوصل إلى نتيجتين متناقضتين ، أو تحتوى على مبالغاة في تقييم واقع النشر الإلكتروني المصري ، أو أخطاء في عمليات الاستدلال كالدراسة التي توقعت للصحف الإلكترونية المصرية منافسة الصحف الإلكترونية العالمية ، وفي نتيجة أخرى توصلت إلى أن التخلف الاجتماعي والاقتصادي والامية الكمبيوترية كلها أسباب تؤدي إلى عدم وصول الصحف الإلكترونية المصرية إلى العالمية .

(٦) أن موضوع هذه الدراسة التي تهتم باستخدامات النخبة المصرية للصحف الإلكترونية لم يطرح على بساط البحث من قبل ، إلا في حدود ضيقة كالدراسة التي أجريت عن اتجاهات الصحفيين نحو الصحف الإلكترونية على اعتبار أن الصحفيين من أعضاء النخبة الإعلامية . وقد استفاد الباحث من مداخل البحوث والدراسات السابقة وأدواتها ونتائجها في تحديد مشكلة الدراسة البحثية ، وفي الإجراءات المنهجية للبحث .

مشكلة الدراسة :

شهدت الأعوام الأخيرة زيادة أعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ، وظهرت الصحف الإلكترونية عليها ، سواء كانت صحفا إلكترونية ظهرت على الشبكة كامتداد للنسخة الورقية ، أم صحفا إلكترونية ليس لها أصل مطبوع ، وتردد على هذه المواقع مستخدمون لهذا النوع من الصحف ، ومنهم النخبة المؤثرة في المجتمع بأنواعها المختلفة ، الأمر الذي يقتضي دراسة استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتفضيلاتهم لها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام من خلال التعرف على الآليات والمحددات التي تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية ، ورؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى :

- (١) قياس درجة تعرض النخب المصرية للصحافة الإلكترونية .
- (٢) التعرف على تفضيلات النخب المصرية للصحافة المصرية والعربية والأجنبية .
- (٣) التعرف على تفضيلاتهم للمواد الإعلامية المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية .
- (٤) التعرف على دوافع استخدام النخب المصرية للصحف الإلكترونية .
- (٥) التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية .
- (٦) التعرف على درجة تأثير الصحف الإلكترونية على بيئة الممارسة الصحفية في مصر .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد ، ودراسة الحقائق المتعلقة باستخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية ، وتأثير هذا الاستخدام على شكل ومستوى تعرضهم للصحف الورقية ، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن هذا الأمر .

ولم تقتصر الدراسة على وصف الظاهرة وجمع المعلومات والبيانات عنها ، بل سعت إلى تصنيف ما توصلت إليه من معلومات ، تعبر في مجملها عن استخدامات النخبة المصرية للصحف الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها ، ومستويات التفضيل بين أنواع ومضامين الصحف الإلكترونية بالنسبة للنخبة موضع الدراسة ، واتجاههم نحو مستقبل المنافسة بين كل من الصحافة الإلكترونية والورقية .

منهج الدراسة

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي بنظام العينة لأعضاء النخب المصرية ، لكونه منهجا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضع الدراسة .^١ ويعرف المنهج المسحي بأنه محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام معين . ويهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل خاصة في الأغراض العملية^(٢) والهدف النهائي من المسح سواء كان هدفه الإجابة على أسئلة أو

^١ د. سمير حسين ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٦) ص ١٢٧

^(٢) د. عبد الباسط محمد حسن : أصول البحث الاجتماعي . (القاهرة : مكتبة وهبة ، ط ١٢ ، ١٩٩٨) ص ٢١٢

الحصول على إحصاءات وبيانات هو عملية قياس فالمسح يمكن تلخيصه في كلمة واحدة هي القياس (١) .

ومن خلال تطبيق هذا المنهج يمكن الوصول إلى مسح التراث العلمي السابق ، وتصنيفه وتحليله ، ونقده ، كما يفيد هذا المنهج في الكشف عن خصائص مجتمع الدراسة ، والتعرف على طبيعة تعرضهم للصحف الإلكترونية ، ومستويات تفضيلهم لها ، ورؤية المبحوثين لمستقبل صناعة الصحافة بشكل عام في ظل الإمكانيات التكنولوجية التي توفرها الوسائل المستحدثة ، وقياس مستوى التفاعل بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ، ومن ثم يمكن ربط كافة هذه الجزئيات ببعضها البعض لتقرير مدى تفاعل المتغيرات التي تشتمل عليها الدراسة .

كما استخدم الباحث المنهج المقارن لعقد مقارنات بين بعض المتغيرات المكونة للظاهرة موضوع الدراسة .

أدوات الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على استمارة الاستبيان Questionnaire على النخبة المصرية ، وذلك بعد تحكيمها وتجربتها للتأكد من سلامتها ومناسبتها للتحقق من فروض البحث ثباتاً أو عدماً ، بالإضافة إلى الاستعانة ببعض الوسائل الإحصائية كالجداول التكرارية والمعاملات الإحصائية لسهولة عرض النتائج واستنتاج العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضوع الدراسة .

وقد قسمت استمارة الاستبيان إلى عدد من المحاور :

(١) قياس مستوى النخبة في استخدامهم للإنترنت ، وذلك من خلال :

- الخبرة الزمنية للتعرض للإنترنت .
- كثافة التعرض للإنترنت .
- حجم التعرض للإنترنت في كل زيارة .

(١) محمد الوفاوي : مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية . (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ط١ ، ١٩٨٩) ص ٩٣

- المكان الرئيس والثانوي للتعرض للإنترنت .
- مدى معرفة نظام تشغيل الكمبيوتر والبرنامج المتصفح للإنترنت .
- مدى استخدام المبحوث محركات البحث المتعددة في المواقع الإلكترونية .

(٢) معرفة دوافع تعرض النخبة المصرية للإنترنت .

(٣) قياس مستويات تفضيل النخبة لأنواع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .

(٤) دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية المصرية من خلال :

- الصحف الإلكترونية المصرية الأكثر تفضيلاً
- دوافع التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية .
- مستويات تفضيل النخبة للمضامين الصحفية في المواقع الإلكترونية الصحفية .
- أكثر الكتاب تفضيلاً في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لدى النخب المصرية .
- حدود المشاركة النشطة والفعالة للنخبة في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية .
- الإشباع المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية .

(٥) دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية العربية من خلال :

- الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلاً
- دوافع التفضيل بين الصحف الإلكترونية العربية .
- مستويات تفضيل النخبة للمضامين الصحفية في المواقع الإلكترونية الصحفية .
- أكثر الكتاب تفضيلاً في مواقع الصحف الإلكترونية العربية لدى النخب المصرية .
- حدود المشاركة النشطة والفعالة للنخبة في مواقع الصحف الإلكترونية العربية .

-الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية العربية .

(٦) دراسة أنماط التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية من خلال :

- الصحف الإلكترونية الأجنبية الأكثر تفضيلا
- دوافع التفضيل بين الصحف الإلكترونية الأجنبية .
- مستويات تفضيل النخبة للمضامين الصحفية في المواقع الإلكترونية الصحفية الأجنبية .
- أكثر الكتاب تفضيلا في مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية لدى النخب المصرية .
- حدود المشاركة النشطة والفعالة للنخبة في مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية .

-الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية .

(٧) قياس أثر ظهور وانتشار الصحف الإلكترونية على مستوى التعرض للصحف الورقية

(٨) اتجاهات النخب المصرية نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية .

(٩) قياس تصورات النخب المصرية لقدرة الصحف الورقية للاحتفاظ بقرائها ومواردها الإعلانية .

تساؤلات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تمت صياغة التساؤلات التالية التي تحاول الدراسة تقديم الإجابة عليها :

- ما السمات والخصائص الرئيسة للنخب المصرية التي تتعرض للصحافة الإلكترونية ؟

- ما دوافع التعرض للصحف الإلكترونية لدى النخبة المصرية ؟

- ما الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية ؟
- ما مستويات التفضيل لدى النخبة لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ؟
- ما دوافع التعرض لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ؟
- ما الإشباعات المتحققة من استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ؟
- ما المضامين المفضلة لدى النخبة المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ؟
- ما حجم المشاركة النشطة للنخب المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ؟
- ما اتجاهات النخبة المصرية نحو درجة تأثير الصحف الإلكترونية على واقع الصحف الورقية ؟
- ما تصورات النخبة المصرية لمستقبل العلاقة بين كل من الصحف الإلكترونية والورقية ؟
- ما مدى وجود علاقة بين استخدام النخب المصرية وتعرضهم للصحف الورقية ؟
- ما مدى وجود علاقة بين الفئة العمرية لأفراد النخبة وكثافة التعرض للصحف الإلكترونية ؟

فروض الدراسة :

تسعى الدراسة للتحقق من الفروض العلمية التالية :

الفرض الأول : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين واستخدام الصحف الإلكترونية على الإنترنت ، ويشتمل هذا الفرض على عدد من الفروض الفرعية :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واستخدام الصحف الإلكترونية .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية واستخدام الصحف الإلكترونية .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مجال النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية .
- الفرض الثاني : وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .
- الفرض الثالث : وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين واتجاههم نحو مستقبل الصحف الإلكترونية .
- الفرض الرابع : وجود علاقة ارتباط بين الخبرة الزمنية للمبحوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية .
- الفرض الخامس : وجود علاقة ارتباط بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية .
- الفرض السادس : وجود علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للإنترنت وبين التعرض للصحف الإلكترونية .
- الفرض السابع : وجود علاقة ارتباط عكسية بين زيادة تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية وزيادة تعرضهم للصحف الورقية .

مجتمع البحث

يتسم مجتمع هذا البحث بعدة أمور :

- (١) أنه مجتمع كبير الحجم ، حيث يضم أربعة أنواع من النخب المصرية ، تصلح كل نخبة كموضوع للبحث والدراسة على حدة ، فهو يشمل أساتذة الجامعات ، أو ما يعرف بالنخبة الأكاديمية ، والصحفيين والإذاعيين أو النخبة الإعلامية ، ورجال السياسة أو ما يعرف بالنخبة

السياسية ، بالإضافة إلى رجال الدين والدعوة من أئمة مساجد ومفتشين ورؤساء إدارات في وزارة الأوقاف أو النخبة الدينية .

(٢) أنه مجتمع متنوع ومتعدد الثقافات ، ويختلف فرد كل نخبة من النخب المختارة في كثير من المتغيرات عن نظيره في النخب الأخرى ، بسبب التفاوت في المكون الثقافي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي بين نوع النخبة والنوع الآخر ، فإمام المسجد الذي هو عضو في النخبة الدينية يختلف اختلافا كبيرا عن عضو مجلس الشعب مثلا الذي هو عضو في النخبة السياسية .

(٣) أن هناك بعض التداخل بين أنواع النخبة ، فقد يكون الفرد الواحد عضوا في أكثر من نخبة ، مثل وكيل وزارة الأوقاف مثلا فهو بحكم منصبه نخبة سياسية ، وبحكم طبيعة عمله يعد نخبة دينية ، وربما يكون عضوا في النخب الأربع ، كأن يكون أستاذا جامعا (نخبة أكاديمية) ويمارس العمل السياسي (نخبة سياسية) أو العمل الدعوي (نخبة دينية) أو العمل الإعلامي (نخبة إعلامية) .

(٤) أن هناك صعوبة كبيرة في إعداد قوائم محددة لأفراد النخب المصرية يمكن سحب العينة منها ، حيث لا توفر الكثير من الجهات قوائم جاهزة لأعداد وأسماء أفرادها .

(٥) أن هناك تباينا في حجم تمثيل العنصر النسائي في كافة أنواع النخب المصرية ، ففضلا عن قلة تمثيل المرأة بشكل عام في مجتمع النخبة ، كالنخبة السياسية مثلا ، فإن النسبة قد تصل إلى مستويات قليلة جدا كما هو الحال في النخبة الدينية .

و يجمع بين أنواع النخب الأربع عدد من الصفات المشتركة ، ومنها :

- (١) أنهم يتمتعون بمستوى تعليمي متميز .
- (٢) أنهم قادرون على التأثير فيمن يتوجهون إليهم عبر الشكل الاتصالي الذي يستخدمونه .
- (٣) أنهم يقعون على قمة الهرم الاجتماعي ، حيث يتمتعون بمستوى اجتماعي مرموق ، وإن اختلف المستوى الاقتصادي لأنواع النخب المصرية .
- (٤) أنهم قادرون على قيادة الرأي العام في محيط دائرة عملهم ، وبالتالي يمكن خلق صور ذهنية معينة للوسائل التكنولوجية الحديثة والأشكال والوسائل الاتصالية الحديثة كالصحافة الإلكترونية وشبكة الإنترنت بشكل عام ، وقد يمتد تأثيرهم فيمن يؤثرون عليهم إلى تبني أنماط جديدة من السلوك الاجتماعي (كأن يؤدي حضور طلاب لأحد الأساتذة ألقى محاضرة عن الإنترنت أو الصحف الإلكترونية إلى تصفح ودخول مواقع الصحف الإلكترونية) .

عينة البحث :

قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من النخبة الذين يستخدمون الإنترنت ، وبيانها كالتالي :

أولا : النخبة الأكاديمية :

يوجد في مصر الآن حوالي ٥٨ ألف عضو هيئة تدريس ما بين أستاذ وأستاذ مساعد ومدرس و مدرس مساعد ومعيد موزعين على ١٣ جامعة حكومية و ٦ جامعات خاصة و ٨٤ معهدا عاليا^١ .

ونظرا لأن النخبة الأكاديمية تتميز بتشابه كبير في السمات والخصائص ، وللقطع بصعوبة إجراء الدراسة بنظام المسح الشامل فقد أخذ الباحث عينة قوامها

^١ من تصريح لوزير التعليم العالي في لقاء الرئيس بشباب الجامعات بتاريخ ٢٧/٨/٢٠٠٢م

١٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس في جامعتي الأزهر وعين شمس ، موزعة بالتساوي بين الكليات العملية والنظرية على النحو المشار إليه في خصائص عينة الدراسة في الفصل الخامس .

ثانيا : النخبة الإعلامية : تم اختيار ١٠٠ مفردة من النخبة الإعلامية ، ٦٠ مفردة منها تعمل في المجال الصحفي تم اختيارهم من صحف الأهرام ، الأخبار ، الأهالي ، الوفد ، و ٤٠ مفردة من العاملين بالإعلام الإذاعي والتلفزيون موزعين بالتساوي بين الإعلام الحكومي والعاملين في المكاتب الإعلامية التابعة لمحطات فضائية عربية في مصر .

ثالثا : النخبة السياسية : تم اختيار عينة قوامها ١٠٠ مفردة ، منها ٦٠ مفردة لأعضاء فاعلين وقادة بالأحزاب السياسية التالية : الحزب الوطني الديمقراطي ٣٠ مفردة ، حزب الوفد ١٥ مفردة ، حزب التجمع ١٥ مفردة ، و ٤٠ مفردة لقيادات النقابات المهنية النشطة سياسيا (نقابة المحامين ، نقابة المهندسين ، نقابة الصيادلة) بواقع ١٠ مفردات لكل نقابة .

رابعا : النخبة الدينية : تم اختيار عينة من النخبة الدينية قوامها ١٠٠ مفردة من العاملين في حقل الدعوة الإسلامية ، منهم ٦٠ مفردة من مفتشين ومديري إدارات بوزارة الأوقاف ، و ٤٠ مفردة من قادة الجمعيات الدينية والجماعات الإسلامية التي لها تاريخ في النشاط الدعوي والديني (الجمعية الشرعية ، الشبان المسلمين ، الإخوان المسلمون)

وقد قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان بالاستعانة بعدد من الباحثين المتعاونين مع الباحث في مواقع مختلفة بعد تدريبهم على كيفية توزيع الاستمارة وذلك في ابتداء من ٨ أغسطس ٢٠٠٤م وحتى ٢٥ ديسمبر ٢٠٠٤م .

إجراءات الصدق والثبات :

أولا : إجراءات الصدق :

- بعد تصميم الاستمارة عرضها الباحث على عدد من المحكمين* من أساتذة الإعلام وخبراء مناهج البحث ، لمعرفة ما إذا كانت الاستمارة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه¹، ثم قام الباحث بإجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون، وأهمها :
- تعديل المقياس السباعي إلى مقياس خماسي لقياس اتجاهات المبحوثين .
 - اختصار بعض البدائل المتاحة للاختيار في أكثر من تساؤل .
 - حذف بعض الفئات من بعض التساؤلات مثل حذف الفئة الخاصة بجريدة الشعب من التساؤل الخاص بأكثر الصحف الإلكترونية تفضيلا ، وذلك بسبب إغلاق موقعها أثناء فترة إعداد البحث² .
 - إضافة مفهوم للصحف الإلكترونية أسفل الصفحة الخاص بالتساؤل المتعلق بقراءة الصحف الإلكترونية على الإنترنت .
 - إعادة صياغة بعض الفئات بشكل أكثر تحديد ، وحذف فئات أخرى .

• تم عرض الاستمارة على المحكمين الآتية أسماؤهم مرتبة ترتيبا أبجديا :

- أ.د. جابر محمد عبد الموجود الطماوي ، أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر .
- أ.د. جمال عبد الحي النجار ، أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام ، كلية الدراسات الإسلامية بنات ، جامعة الأزهر .
- أ.د. حمدي حسن محمود. عميد كلية الإعلام ، ونائب رئيس جامعة مصر الدولية
- أ.د. سوزان يوسف القليني ، أستاذ ورئيس قسم الصحافة والإعلام ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس
- أ.د. شعبان أبو اليزيد شمس ، عميد كلية الإعلام وفنون الاتصال ، جامعة ٦ أكتوبر
- د. شعيب الغباشي ، المدرس بقسم الصحافة والإعلام ، كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر
- أ.د. محمد وهدان ، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والإعلام ، كلية الدراسات الإسلامية بنات ، جامعة الأزهر
- أ.د. محمود علم الدين ، الأستاذ بقسم الصحافة ووكيل كلية الإعلام ، جامعة القاهرة
- أ.د. نجوى عبد السلام فهمي ، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس

² جريدة الشعب هي الجريدة التي كانت تصدر عن حزب العمل وتنطق بلسان الإخوان المسلمين في مصر ، وأوقفتها الحكومة عن الصدور في مايو ٢٠٠٠م ، بعد مؤتمر عام لحزب العمل ظهر فيه تنازع على رئاسة الحزب فقامت لجنة الأحزاب بإيقاف الجريدة عن الصدور ، فتوجهت إلى النشر الإلكتروني ، واستمرت في حملاتها ضد ما أسمته بانتشار الفساد ونشرت كثيرا من الوثائق ، وعقدت استفتاء إلكترونيا على حكم مبارك لمصر ، تحت عنوان لا لمبارك ، ولا لتوريث الحكم ، حتى قامت سلطات الأمن بإغلاق موقعها الإلكتروني في مصر في يناير ٢٠٠٤م

ثانيا : اختبار الثبات :

تأكد الباحث من ثبات قياس استمارة الاستقصاء من خلال إعادة الاختبار أو القياس ، حيث قام بتوزيع نفس الاستمارة مرة أخرى على ٢٠ مفردة من النخبة الأكاديمية بواقع ٥% من عينة الدراسة ممن أجريت عليهم الدراسة ، وكانت نتيجة معامل الارتباط الخاص بمدى الاتفاق ، وذلك بتطبيق معادلة هولستي Holsti :

معامل الثبات هولستي : ٢ ث

$$ن ١ + ن ٢$$

حيث تعني ث عدد الفئات التي يتفق عليها البحث، القبلي والبعدي ، ون ١ ون ٢ يعنيان مجموع الفئات التي خضعت للدراسة .
وبتطبيق هذه المعادلة :

$$\text{الثبات} = \frac{٩٥٣ \times ٢}{١١٤٠ + ١١٤٠} = \frac{١٩٠٦}{٢٢٨٠} = ٠,٨٣\%$$

أي أنه يوجد معامل دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٨٣ وهو ما يعد مؤشرا على ثبات الأداة .

التعريفات الإجرائية للدراسة

النخبة:

هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفيا أو فكريا أو تعليميا مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسئولية في المجتمع ، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيرا في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار .

النخبة الأكاديمية : هم أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية ، وهم الأساتذة والأساتذة المساعدون والمدرسون .

النخبة الإعلامية : هم القائمون بالاتصال في المؤسسات الإعلامية ، وهم الصحفيون والمذيعون وكبار المخرجين .

النخبة السياسية : هم الذين يتبوؤون مواقع قيادية في الأحزاب السياسية أو النقابات التي تمارس العمل السياسي العام

النخبة الدينية : هم الذين يقعون على رأس المؤسسات الدينية العاملة في ميدان الدعوة الإسلامية كالأوقاف ، وبعض الجمعيات الدينية الأخرى .

الصحافة الإلكترونية :

هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت ، سواء أكانت نسخة أو إصدارا إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية ، أم صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية ، وسواء أكانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية ، أم كانت ملخصات للمنشور بها في الطبعة الورقية ، طالما أنها تصدر بشكل دوري ومنتظم ، ويتم تحديث مضمونها من فترة لأخرى حسب دورية الصدور ، وإمكانات جهة الإصدار .

الصحافة الورقية:

هي الصحافة التقليدية التي تتألف من مادة خام (حبر وورق) ويحصل عليها الجمهور عن طريق الشراء أو الاشتراك .

دوافع التعرض :

يقصد بها الأسباب التي تدعو عضو النخبة لاستخدام الصحافة الإلكترونية ،
وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال سلوك التعرض للوسيلة
الاتصالية .

الإشباعات :

هي النتائج التي تتحقق لدى أفراد النخبة نتيجة استخدامهم للصحافة الإلكترونية
على الإنترنت .

تقسيم الدراسة :

تنقسم الدراسة إلى بابين: الباب الأول ويضم الفصول التالية :

الفصل الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة ويتضمن مقدمة والتكيف
المنهجي للدراسة ، الدراسات السابقة ، وتحديد مشكلة الدراسة ، وأهداف
الدراسة ، وتساؤلاتها ، وفروضها ، ونوع البحث ، ومنهجه ، والأساليب
والأدوات المستخدمة فيه ، وإجراءات الصدق والثبات ، والتعريفات
الإجرائية .

الفصل الثاني : يتضمن المداخل النظرية للدراسة والنماذج المستخدمة فيها
، وهي نموذج الاستخدامات والإشباعات ونموذج نشر وتبني الأفكار المستحدثة
، ونموذج تدفق المعلومات ، ومدخل ثراء الوسيلة الإعلامية .

الفصل الثالث : ويتناول شبكة الإنترنت والصحافة الإلكترونية من خلال
أربعة مباحث :

- المبحث الأول : يتناول شبكة الإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة .
- ويتحدث المبحث الثاني عن نشأة وتطور الصحف الإلكترونية في العالم
ومصر ، والوطن العربي .
- وخصص المبحث الثالث لدراسة ظاهرة الصحافة الإلكترونية : المفهوم
والمحددات .

- ويتناول المبحث الرابع مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية .
الفصل الرابع : عن النخبة والمدخل التعددي في دراستها ، وعلاقة النخب
المصرية بوسائل الإعلام .

وبالذباب الثاني عن نتائج الدراسة الميدانية ، يضم الفصول التالية :
الفصل الخامس : يتناول الخصائص والسمات العامة للمبحوثين من
النخبة

- والفصل السادس : عن النخبة المصرية والصحافة الإلكترونية دوافع
الاستخدام وعوامل التفضيل .

- والفصل السابع يتضمن اتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقة بين
الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية

- والفصل الثامن خصص لاختبار فروض الدراسة .
وخاتمة تشمل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، وأهم الدراسات
والأفكار التي تثيرها هذه الدراسة .

الفصل الثاني

المداخل النظرية للدراسة

أولا : مدخل الاستخدامات والإشباعات

توجد عدة مداخل نظرية لدراسة استخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية ، ومن بين هذه المداخل مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications باعتباره يساعد على التعرف على نمط استخدام النخبة لهذه الوسيلة الاتصالية الجديدة ، ودوافع استخدامهم لها ، والإشباعات المتحققة من وراء هذا الاستخدام .

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك ، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط ، والإيجابية ، والقدرة على الاختيار الواعي ، والتفكير ، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير ، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور ، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة .¹

ويؤمن مدخل الاستخدامات والإشباعات أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم ، وأي محتوى يختاره ، ويركز المدخل على الدوافع الخاصة ، ويفترض أن المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه ، حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها.²

وتعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال ، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام

¹د. محمد الوفائي ، محاضرات في سيكولوجية الإعلام ، مذكرات غير منشورة (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٤ -١٩٩٥م) ص ٧٦

² Gunter , Barrie ,Media Research Methods,Measuring Audience,Reactions and Impact(London :Sage Publications,2000) pp 15-21

وسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح (الاستخدامات Uses) ، كما يفترض أيضا أن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح (الإشباعات Gratification)¹ . ومع انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة صاحب هذا الانتشار تأثيرات عديدة ، خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام ، وتشمل تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال ، فلم يعد القائم بالاتصال هو المسئول الوحيد عن اختيار الرسائل والمضامين الإعلامية وفرضها على الجمهور ، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك أفرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعال في المشاركة في إنتاج وصياغة هذه المضامين² . ويتضح ذلك بشكل واضح في تعامل مستخدمي شبكة الإنترنت ، والانتقائية العالية التي يمارسونها ، وطبيعة الدور الذي يؤديه في عملية الاتصال عبر الإنترنت .

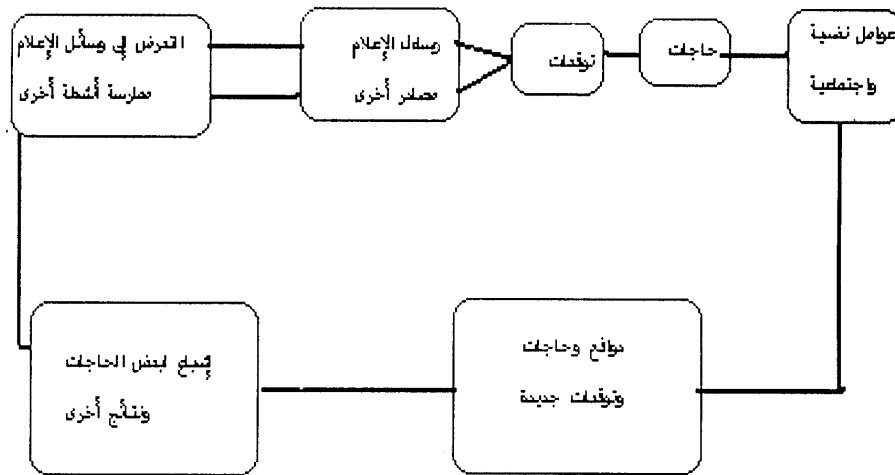
تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات :

طرح Elihu Katz مدخل الاستخدامات والإشباعات عام ١٩٥٩م في مقال رد فيه على رؤية Bernard Berelson بموت حقل أبحاث الإعلام ، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات ، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس ، وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور ، واقترح Katz التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية ، وطرح نموذج Riely and Riely ١٩٥١م الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق إشباعات متباينة ، وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة Blumler & Katz ١٩٦٩م

¹ عبد الرحيم أحمد سليمان درويش ، تعرض المراقبين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٧م) ص ٦٩

² Severin ,James W Tankard, Jr.Communication Theories : Origins,Methods,Uses In The Mass Media,3rd.edition,London(1992) p

للاستخابات العامة البريطانية عام ١٩٦٤م ، والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية ، وحدد Katz & Blumler & Gurevetch ١٩٧٤م اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباع بالآصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى ، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والإشباع ، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.^١



شكل رقم (١) يوضح نموذج الاستخدامات والإشباع^٢

^١ هبة أحمد شاهين ، استخدامات الجمهور المصري لل قنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠١م) ص ٢٣٧

^٢ د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧م) ص ٢٢٢

وتطورت أبحاث الاستخدامات والإشباع في فترة الثمانينيات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة Stanford & Riccomini & Bryant & Zillman حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباع المتوقعة مع الإشباع التي تم الحصول عليها¹.

فروض مدخل الاستخدامات والإشباع

يبين مدخل الاستخدامات والإشباع على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال ، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتصال ، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباع لهذه الحاجات ، وقد تتجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباع ، وقد لا تتجح في ذلك².

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، يمكن تلخيصها فيما يلي :

- (١) أن السلوك الاتصالي سلوك هادف Purposive وذو دوافع Motivated ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .
- (٢) يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم ، كالتبحث عن المعلومات لحل مشكلة ما .
- (٣) يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة

¹ هبة شاهين ، مصدر سابق ، ص ٢٣٨

² عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٥) ص ٩

وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام .

(٤) قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية و الثقافية السائدة في مجتمع ما ، من خلال استخدام أفراد لوسائل الإعلام .

(٥) تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته ، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري ، حيث أن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد .^١

ويحقق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسة ، هي :

(١) التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

(٢) شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

(٣) التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .^٢

^١نرمين سيد حنفي ، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر ، دراسة مسحية مقارنة ،

ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٣م) ص ٢١ نقلا عن

Bryant & Dolf Zillman , 1994p 419

^٢د. حسن عماد مكاوي ، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ،

مجلة بحوث الاتصال ، العدد الثامن (أغسطس - أكتوبر ٢٠٠٠م) ص ٥٧-١

ويرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل ، وتتمثل في :

- (١) افتراض الجمهور النشط Active Audience
- (٢) الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام .
- (٣) دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام .
- (٤) توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام .
- (٥) التعرض لوسائل الإعلام ، والإشباع الناتجة عنه.¹

أولاً : افتراض الجمهور النشط : فالجمهور وفقاً لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه ، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل ، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل.²

وتشير الدراسات الحديثة في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى أن مفهوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهور يختار ما يتعرض له من وسائل ورسائل إعلامية ، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطاره هذه الرسائل ، فالمعنى غير كامن في الرسالة الإعلامية ، بل هو كامن في ذهن هذا الجمهور النشط ، الذي يفسر ما يتلقاه من رسائل في ضوء ما لديه من خبرات واستعدادات سابقة وعلاقات اجتماعية وإطار دلالي ، ثم في ضوء مدى توافق هذه الرسائل أو تعارضها مع ما لديه من اتجاهات ومعتقدات وقيم وآراء ، وينفي مفهوم الجمهور النشط الفكرة القائلة بوجود معنى واحد للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور مفردات هذه الرسالة ، فالجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها ، وهو أيضاً نشط في تفسير معاني هذه الرسالة بالطريقة التي ترضيه

¹ أمل السيد أحمد متولي دراز ، قارئة الصحف المصرية المتخصصة ، دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٢م) ص ٥٣

² W.J.Severin,J.Tankard,Jr: Communication Thories.ets ,p329

، حتى أنه قد يفسر هذه الرسائل بطريقة قد تتناقض مع المعنى الذي يهدف إليه ،
القائم بالاتصال .

وتشير الدراسات التي أجريت مؤخرا عن استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى نشاط وافر ومقنع للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الإيجابية لهذا الجمهور ، ومزيد من القوة التي يكتسبها من خلال الإمكانيات الهائلة التي تتيحها له تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، والتي أتاحت له كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام ، وسيطرتها على مصادر المعلومات ، ووضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الإعلامية ، فمن خلال البريد الإلكتروني والقنوات الفضائية والإنترنت ، وغيرها أمكن للكثيرين الحصول على كثير من المعلومات والآراء التي ربما تكون قد حظرت بشكل رسمي في دولهم ، ولهذا يقول Ganley إن الأفراد أمكنهم في إطار ما يتمتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، ويستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ، ولم تصمم من أجلها .¹

ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات :

- (١) الانتقائية Selectivity وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال .
- (٢) الاستغراق والاندماج Involvement أثناء التعرض لوسائل الاتصال .
- (٣) الإيجابية ، بعد التعرض لوسائل الاتصال ، وتشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض ، والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية .²

وقد أضافت الإنترنت والصحافة الإلكترونية بعدا جديدا لهذه المستويات ، حيث عمقت من مفهومها ، وأضافت معان جديدة لكل من الانتقائية

¹ G.D.Ganly ,The Exploring Political Power Of Personal Media (N J Norwood, Ablex Publishing Corp., 1992,p 10

² Palmgren&Philip, Uses And Gratification : Atheoretical Perspective, Communication Yearbook (8) , 1984,p.4

والاستغراق الذي يشغل متصفح الإنترنت بشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى ،
والإيجابية التي يمارسها القارئ بالتصفح عبر مواقع الإنترنت .

ثانيا : الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام

ويعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية ، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها ، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي ، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل ، بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها¹.

ثالثا: دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام

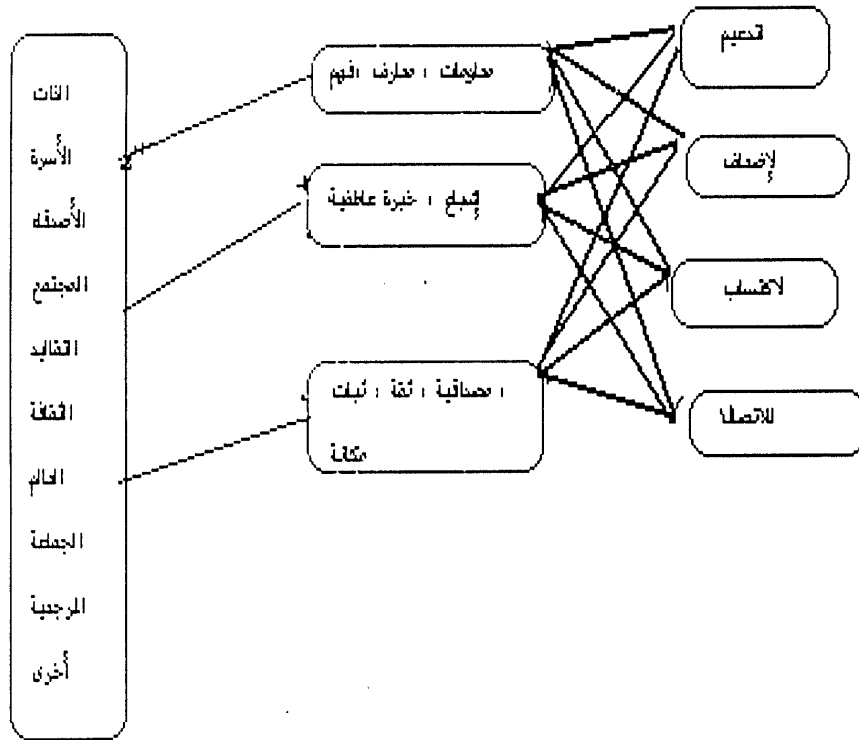
يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية ، وتؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال .

وقد اعتبر كاتز Katz وزملاؤه ١٩٧٣م ، أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين ، وقاموا بتجميع ٣٥ حاجة من البحوث السابقة ، وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي :

- الحاجات المعرفية : اكتساب المعلومات ، المعرفة ، الفهم .
- الحاجات العاطفية : العواطف ، الاستمتاع ، الخبرة الجمالية .
- الحاجة للتكامل الشخصي : تدعيم المصداقية ، الثقة ، الاستقرار .
- الحاجة للتكامل الاجتماعي : تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء .

¹ D.Croteau & W.Hoynes , Media Society : Industries, Images and Audiences.(Thousand Oaks, CA: Sage, 1997) pp 231-236

- الحاجة لتخفيف التوتر : الهروب والترفيه.



شكل رقم (٢) يوضح نموذج كاتز للحاجات من وسائل الاتصال الجماهيري

وهناك خلاف بين الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، فهناك وجهة نظر ترى أنه من الممكن النظر إلى الدوافع على أنها حالة داخلية يمكن للجمهور إدراكها وفهمها مباشرة من خلال منظور مدخل القيمة المتوقعة Expectancy Value Approach ، فإن دوافع الفرد للتعرض لوسائل الاتصال تعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة ، أو خصائص ذات قيمة في الوسيلة تدفع الجمهور للتعرض إليها ، وبالتالي فإن الفرد يكون قادرا على التعبير — وبشكل لفظي — عن أسباب استخدامه لوسائل الإعلام .

بينما هناك وجهة نظر أخرى ترى أنه ليس من الممكن فهم وإدراك دوافع الجمهور مباشرة ، فالدوافع لا يمكن فهمها مباشرة نتيجة تمتعها بدرجة عالية من التجريد ، وصعوبة تقليل المكونات العاطفية للدوافع عند صياغتها في صورة لفظية ، وبالتالي يجب استنباط الدوافع من المبحوث عن طريق استخلاصها من الأفكار والسلوك¹ .

وكل من وجهتي النظر السابقة قد تكون هامة في بعض الدراسات الخاصة بدراسة سلوك الجمهور ، فكل قد يكون ملائما لبعض الدراسات دون الأخرى ، ومن ثم يمكن استخدام أكثر من منظور في وقت واحد .

رابعا : التوقعات من وسائل الإعلام

تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد ، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال .

ولعل أحد الاتجاهات لتطور فهم تأثير دوافع جمهور وسائل الاتصال للتعرض لتلك الوسائل يمكن أن نجده في نظرية القيمة المتوقعة مع ربطها بنموذج الاستخدامات والإشباع ، وتفترض نظرية القيمة المتوقعة أن سلوك الإنسان

¹ Austin S. Babrow, Thoery and Method in Research on Aduience Motives Journal of Broadcasting and Elictronic Media ,vol.32No 4 fall1988,p.471

يحكمه إدراك الشخص للاحتمالات المختلفة والقيمة التي قد تتحقق نتيجة السلوك ، وتمثل هذه النظرية حكما عاما في نظرية الاستخدامات والإشباع ، ففي حالة إغفال عناصر البناء الاجتماعي فإن التعرض لوسائل الاتصال ينتج عن بحث الأفراد عن النتائج ذات القيمة ، والتي تجعلهم يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة أو لوسائل خاصة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها ، والتي يلتزمون فيها إشباع حاجاتهم¹.

ويمكن أن تساعد نظرية القيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهور والمؤثرات الأخرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتصال ، وذلك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض لوسائل الاتصال ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد².

خامسا : التعرض لوسائل الاتصال

يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع ، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال ، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع³.

وتتمثل أهم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للإنترنت فيما يلي

:

- (١) استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي Browsing and Exploring حيث كشفت إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام ١٩٩٥م أن ٩٠% من مستخدمي الإنترنت يكتفون بعمليات تصفح

¹ P.Palmagreen,&J.D.Rayburn!!, in "An expectancyJValue Approach to Media Gratifications " K.E.Rosengren,L.A.Wenner,&P.Palmgreen,(Eds) Media Gratifications Research : Current Perspectives (Beverly Hills : Sage, 1985) P.P 61-72

² د ليلي حسين ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه ، مصدر سابق ، ص ١٠٢

³ المصدر السابق نفسه ، ص ١٠٣

واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة عليها ، وأشارت دراسة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها مستخدمي الإنترنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه ، كما أنهم في تعرضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم .¹

(٢) البحث عن المعلومات Information Seeking حيث أظهرت إحدى الدراسات أن ٧٣% من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة ، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة .

(٣) الاستمتاع والتسلية Entertainment حيث تبين أن ٥٧% من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية ، يساعدهم وجود العديد من المواقع الترفيهية التي تعرض مواد فكاهية ، أو مسابقات ، وغير ذلك من أشكال المواد الخفيفة .²

(٤) الاتصال بالآخرين Communication with Others حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الإنترنت هذه الوسيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلى واحد ، من واحد إلى مجموعة ، من مجموعة إلى مجموعة) وتوجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الإنترنت ، سواء في الأنشطة البحثية والعلمية ، أو في مجالات الاتصالات الشخصية والاجتماعية ، مثل استخدام خدمات البريد الإلكتروني ، والجماعات الإخبارية ، وجماعات المناقشة Usenet ، أو غرف الحوار والدرشة Chat rooms .³

¹ Hunter, Christopher, Uses and Gratification of the Worled Wide Web (available on line at : <http://www.bc.edu/bc-org/avp/cas/comm/webuses.htm>.) accesson 5/2/2004

² مها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٤) ص ١١٧

³ December, John, Units of Analysis for Internet Communication ,Journal of Communication , (Winter 1996) vol46, No.1 Pp14-35

(٥) تحقيق الوجود الافتراضي Virtual Presence وهو من الإشباعات

التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الويب ، ويعني الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضية يتيحها له الكمبيوتر ، وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها ¹.

وهناك عدة جوانب لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضي ، منها ما يتعلق بخبرة نقل الواقع إلى المستخدم في مكانه ، ومنها ما يتعلق بخبرة الانتقال أو تبادل الأماكن ، والمقصود بخبرة نقل الواقع أو تصويره الدرجة التي تستطيع فيها الوسيلة أن تقدم للجماهير تصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات والأحداث المختلفة ، وتبدو كما لو كانت حقيقية وواقعية .

ويمكن التفرقة بين نوعين من هذه الواقعية :

- الواقعية الاجتماعية ، أو إلى أي مدى يكون المحتوى الإعلامي المقدم قريبا من الحياة الواقعية ، ويعكس الأحداث التي تقع في العالم المباشر المحيط بالمستخدم .

- الواقعية المرتبطة بالإدراك الحسي ، فقد يكون الموضوع المقدم غير مألوف في الواقع ، لكن طريقة عرضه أو الشكل الظاهري له يساعد على إدراكه حسيا ، ودمج المستخدم فيه ، برغم أنه قد يكون بعيدا جدا عن مسرح الحدث ، وتلعب تطبيقات الوسائط المتعددة دورا مهما في تحقيق هذه الفكرة ².

¹ Lombard,M, &Ditton ,T.At The Heart of it all: The Concept of Presence ,Journal of ComputerMediated Communication ,1997, Available on line at : <http://jcmc-huji.ac.il/vol3/issue2/lombard.html>.accesson 5/2/2004

²مها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١١٩

الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباع

- تعرض مدخل الاستخدامات والإشباع إلى عدد من الانتقادات ، منها :
- (١) يواجه المدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الصعوبات أولها التداخل في مفهوم كلمة وظيفة Function فهو يمكن أن يستخدم بمعنى هدف Purpose أو نتيجة Consequence أو مطلب Requirement أو توقع Expection .
 - (٢) أن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب ، وإنما تعمل أيضا نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى ، وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع .
 - (٣) أن المداخل الوظيفية تكون معنية بتكريس الوضع القائم ، والتنكر للتغير الاجتماعي^١.
 - (٤) صعوبة قياس الحاجات Needs مما يجعل عملية استنتاج الإشباع التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة ، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام .
 - (٥) الميل الشديد إلى الفردية في المنهج والمفاهيم ، وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل .
 - (٦) غياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالية من التجريد ، حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الأخرى^٢، فالأمر لا يتوقف على الحالة العقلية ، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد ، والحالة الاقتصادية ، والتعليم .

١. د. حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩١ م) ص ٣٣

٢ Philip Elliot, Uses and Gratifications Research : A Critique and Sociological Alternative , in Jay Blumler and Elihu Katz (eds) The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research, (USA, Sage publications , 1974, 3rd edition , p.p. 251-253

- (٧) يصف مدخل الاستخدامات والإشباع بالجمهور بالنشاط ، وهذا النشاط مرتبط بالانتقائية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام ، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تتعارض مع افتراض آخر لهذا المدخل ، وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية ، كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لبعض الوسائل الإعلامية - كالتلفزيون مثلا - غير انتقائية .
- (٨) أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط بدعوى إرضاء أذواق المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب^١

الرد على الانتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباع :

- تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل بإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام ، منها :
- أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل ، تتمثل في الانتقاء قبل التعرض ، والاهتمام أثناء التعرض ، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض .
 - استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشباع يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له ، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم^٢.

^١Dennis Mcquil and Seven Windhai , Communication Models for The Study of Mass Communication (England : Longman Press , 1984)2nd edition ,p.78

^٢كمال ربيع الحاج ، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشباع المتحققة منها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٨م) ص ٢٢

الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات :

- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشباعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة ، فتعرض الفرد لوسيلة معينة ، ومضمون معين سيؤدي إلى إشباعات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية .
- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها .
- اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها ، مثل المتغيرات الشخصية ، والسياق الذي يتم فيه التعرض ، والنشاط الاجتماعي .

وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه إلى ضرورة تقديم دلائل حول تأثير وسائل الإعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية .¹

¹المصدر السابق نفسه ، ص ٢٣

ثانيا : مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة Diffusion of Innovation Adoption

يعد مدخل نشر وتبني الأفكار المستحدثة من أهم المداخل النظرية التي تساعد في فهم طبيعة استخدام جمهور النخبة للصحافة الإلكترونية باعتبارها شكلا جديدا من أشكال الاتصال ، ونمطا جديدا من أنماط التعامل الإنساني عبر وسائل الاتصال ، وتعد الصحافة الإلكترونية -التي لم تصل بعد إلى درجة الجماهيرية بشكل كبير طبقا لمفهوم الحشد الحدي Critical Mass - نمطا اتصاليا مستحدثا تلعب النخبة دور كبير في تبنيه وانتشاره.

و يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع ما يدرك من قبل الفرد على أنه جديد ، وكما يقول روجرز فإن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغير الاجتماعي ، سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه ، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساسا على الاتصال المباشر وغير المباشر يمكن أن يقال إن التغير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال¹.

فالتغيير الاجتماعي عملية منظمة تتم بواسطتها تغيير بنية ووظائف النظام الاجتماعي ، وتمر عملية التغيير الاجتماعي بثلاثة مراحل :

- مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديدا أو مختلفا .
 - مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء الجديد (المستحدث) لأفراد النظام الاجتماعي .
 - مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما من قبول المستحدث أو رفضه .
- والمرحلة الأخيرة هي التي تحدد حدوث التغير الاجتماعي أم لا ، وبغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث ، فإنه يمكن تصنيف النتائج التي تظهر في الفئات التالية :

¹ Everett Rogers & Floyd Shoemaker , Communication of Innovation : A cross-cultural Approach , second Edition , (New York , The Free Press, 1971) P.1

- (١) نتائج وظيفية أو غير وظيفية ، وهذا الأمر يعتمد على كون المستحدث المراد نشره في النظام الاجتماعي قد لاقى قبولا أم لا .
- (٢) نتائج مباشرة وغير مباشرة ، وهذا الأمر يعتمد على كون التغيير الاجتماعي حدث نتيجة الاستجابة الفورية للمستحدث ، أو نتيجة للآثار التي نجمت عن المستحدث .
- (٣) نتائج ظاهرة ونتائج كامنة ، وتعتمد على كون المستحدث مدركا ومقصودا من قبل أفراد النظام الاجتماعي أم لا .^١

وتتحدد عملية نشر الأفكار المستحدثة بأنها عملية تداول الاتصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة ، وخلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي .

بينما تتحدد عملية تبني المستحدثات بوجه عام بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد منذ علمه بالابتكار وحتى تبنيه له ، وتتم هذه العملية بخمس مراحل رئيسة ، هي :

- مرحلة الوعي بالفكرة Awareness
- مرحلة الاهتمام Interest
- مرحلة التقييم Evaluation
- مرحلة التجريب Trial
- مرحلة التبني Adoption²

وتوجد عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام ، منها ما يتعلق بالمستحدث نفسه ، ومنها ما يتعلق بالفرد :

أولا : عوامل ترتبط بالشئ المستحدث :

• الفائدة النسبية Relative Advantage

¹ Ibid.P.11

² Bryant .Jennings and Susan Thompson , Fundamentals of Media Effects, (New York:Mc Grow-Hill Companies,2002) P113-119

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة ، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية ، المكانة الاجتماعية والملائمة ، وإرضاء الأفراد ، ومن الملاحظ أنه كلما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه .¹

• الملائمة Compatibility

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة ، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث ، والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة ، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع ، وهو أمر يتطلب الكثير من الجهد .²

• التعقيد Complexity

فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد ، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل ، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر ، ومن مرحلة عمرية لأخرى ، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح مواقع شبكة الويب مثلا يتطلب بعض المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب ، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسية على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة .

• إمكانية التجريب Trialibity

كلما توافر للمستحدث إمكانية التجريب - ولو على مستوى محدود - كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر ، وبصفة عامة فإن المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد ، لاسيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها .³

¹ Rogers&Shoemaker,Op cit.P.22

²د. شاهيناز محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية : دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ط ٢ ، ١٩٨٦) ص ٢٩٤

³ندى محيي الدين الساعي ، استخدام شبكات المعلومات وأثره على معدلات التعرض للتلفزيون ، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٧) ص ٦٢

وفي ضوء ما سبق يمكن فهم سبب ما أشارت إليه بعض الدراسات حول عدم ترحيب عدد كبير من مستخدمي الصحف الإلكترونية بوجود إجراءات سابقة قبل تصفحهم لمحتوى الصحيفة ، حيث تطلب بعض مواقع الصحف أن يقوم المستخدم بتسجيل بياناته الشخصية في أول مرة لاستخدامها ، بينما تقصر صحف أخرى بعض خدماتها على المشتركين فيها ، كما توجد بعض الصحف التي لا تتيح الاطلاع على محتواها إلا نظير اشتراك مالي ¹.

• التكلفة Cost

وهي أحد الأبعاد الداخلة في تكوين الميزة النسبية ، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر تصبح عملية تبنيه تبدو أبطأ مما لو كان المستحدث المراد تبنيه يتطلب إنفاقاً أقل ، ومن هنا كان لانخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر ، وانخفاض تكلفة الدخول على شبكة الويب أثر كبير في ظهور الصحف الإلكترونية وتطورها .

• الفعل الجماعي Collective Action

تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني بشكل فردي ، غير أن بعض المستحدثات تتطلب اتخاذ قرار على المستوى الجماعي . ويشير الباحثون إلى أنه ينبغي التركيز على بعض الخصائص تبعاً للمرحلة التي تمر بها عملية التبني :

- ففي مرحلة الإدراك والمعرفة يجب التركيز على خاصتي البساطة والملائمة .
- وفي مرحلة الإقناع يجب التركيز على خاصتي الفائدة النسبية ، ووضوح الآثار والنتائج .
- أما في مرحلة اتخاذ القرار فيجب التركيز على إبراز خاصية إمكانية التجريب ².

¹ أمها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١٢٢

² د. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦) ص ٣٤٠

ثانيا : عوامل خاصة بالفرد :

• مدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه .
من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته وثقته بها ، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واستخدامه ، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث ، والاستفادة منه .¹

• الدوافع الوقتية

تعد الدوافع الوقتية Status Incentives من أقوى العوامل النفسية نحو تبني المستحدثات ، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات ، سواء كانت أفكارا جديدة ، أو آليات جديدة ، أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء ، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تنخفض ويبدؤون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا .

• قيم ومعتقدات الفرد وتصوراته الخاصة

حيث تحدد القيم والمعتقدات أنماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع ، وهي كذلك مقاييس وإرشادات لأفراد المجتمع لاتباع السلوك المسموح به ، وقد أثبتت البحوث والتجارب التي أجريت أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير ، وقد وجد أن بعض المعايير قد تقف حائلا دون انتشار بعض الأفكار الجديدة ، وقد يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية ، ويمكن تصور أن هذه القيم والمعايير تندرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحداثة ، والمعايير الحديثة وفقا لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير ، ولهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاهه الإيجابي نحو التغيير ، ووجود التطور التكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة ، وانتشار العلاقات المنطقية ،

¹ Brynat, Jennings and Susan Thompson, op.cit , Pm 119

والانفتاح على الخارج ، والتساهل في دخول الأفكار الجديدة ، والقدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم ، وهو ما يعرف بالقدرة على التقمص الوجداني¹.

وتتوافر لدى بعض الأفراد قدرة التأثير على اتجاهات وسلوكيات الآخرين يسمون قادة الرأي ، النخبة ، الصفوة ، وهم يمثلون نمطا من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع ، ويكتسبون مصداقية الرأي والسلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد من خلال عدد من المميزات :

- (١) القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام المختلفة ومصادر المعلومات .
- (٢) الانفتاح على العالم الخارجي ، والتعامل معه ومع الأنماط الأخرى من العلاقات الاجتماعية .
- (٣) التمتع بمراكز اجتماعية عالية ، ومستوى تعليمي مرتفع غالبا ، غير أنه يمكن التغاضي عن هذه الميزة في بعض الأحيان .
- (٤) القدرة على التواصل مع دعاة التغيير الرسميين أكثر من زملائهم .
- (٥) التمتع بروج تجديدية تقبل كل ما هو جديد ، وعلى ابتكار الأفكار الجديدة².

وفي ضوء ذلك يمكن إدراك أهمية دراسة النخبة وعلاقتهم بالصحافة الإلكترونية كنموذج إعلامي مستحدث أتاحتها ظروف تطبيقات التكنولوجيا الحديثة عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) .

¹ Rogers & Shoemaker, Op cit, P31

² ندى محيي الدين الساعى ، مصدر سابق ، ص ٧٧ ، ٧٨

نموذج

التدفق Flow Theory

يعد نموذج التدفق مدخلا هاما لوصف التفاعل بين الفرد وأجهزة الحاسب الآلي ، وقد لخصت الدراسات أبعاد نموذج تدفق المعلومات في أنظمة الاتصال بواسطة الحاسب الآلي فيما يلي :

-التحكم Control

حيث يمتلك الأفراد في حالة التدفق القدرة على التحكم في تفاعلاتهم مع الوسيلة التكنولوجية ، وهذا الشعور بالسيطرة في حالة النصوص على سبيل المثال يجعل الفرد يتمكن من تحريكه وتعديله وحذفه ونسخه وتخزينه .

-تركيز الانتباه Attention Focus

بمعنى تركيز الفرد انتباهه على النشاط الذي يقوم بممارسته ، حيث يضيق انتباه المتلقي في إطار معين ، وفي هذه الحالة فإن الفرد يفقد الوعي الذاتي ، ويصبح مستغرقا بشكل تام في النشاط الذي يقوم به .

-الفضول Curiosity

عادة ما يتم استثارة الفضول من خلال المثيرات المفاجئة ، ويمكن أن يتحقق ذلك لمستخدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) من خلال الخصائص التكنولوجية التي يتميز بها الاتصال الإلكتروني مثل الصوت والألوان والحركة ، وهذه الأنظمة تثير النشاط العقلي عن طريق رغبة المتلقي في تحقيق نوع من الكفاءة في الاستخدام .

-الاهتمام الفاعل Intrinsic Interest

فعندما يكون الأفراد في حالة التدفق فإنهم يجدون التفاعل شيقا بالدرجة التي يكتسبون معها فوائد عملية مع المعاني التي يكتسبونها بغرض التسلية والمتعة^١.

مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness

تختلف وسائل الاتصال من حيث قدرتها على إزالة الغموض وتحقيق متطلبات الفهم ونقل البيانات ، ويمكن تصنيف هذه الوسائل من الأكثر ثراء Rich إلى الأقل ثراء بناء على مجموعة من العوامل :

- (١) وجود رد فعل فوري يجعل المشاركين في عملية الاتصال يتوصلون إلى الفهم المشترك .
- (٢) استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر ، مثل لغة الجسد مثلا .
- (٣) استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعاني^٢ .

كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور^٣ .
ووفقا لهذه المحددات فإن الإنترنت كوسيط حامل للصحافة الإلكترونية تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانية فورية رجوع الصدى وسهولته ، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل ، بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السبراني غير المحدود يقضي على إشكالية المساحة ، ويقدم خلفيات توضيحية ، وموضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة الاتصالية .

^١د. شاهيناز بسيوني ، علاقة الجمهور المصري بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيري ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ١٦ ، أكتوبر ١٩٩٩م) ص ٣٩ ، ٤٠

^٢ Trevino, Lengel and Daft, Media Symbolism , Media Richness and Media Choise in Organizations asymbolic Interactionist Persepective, Communications Research , vol14, No5 October 1987, p.557

^٣د. شاهيناز بسيوني ، العوامل المؤثرة في ثراء المضمون المعلوماتي بموقع الهيئة العامة للاستعلامات على شبكة الإنترنت ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ٢٠ ، أبريل ١٩٩٨) ص ٢ .

الفصل الثالث

شبكة الإنترنت و الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول :

شبكة الإنترنت .. كوسيلة إعلامية

أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) internet ثورة معرفية في مجال الاتصالات و الإعلام ، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية التي تحدث في المجتمع ، وصارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كاهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان ، وصارت عبارة (عصر الإنترنت) توصيفا دقيقا لأهم منجزات العصر الحديث .

لقد غيرت شبكة الإنترنت العالم ، إذ مثل ظهورها في أواخر الستينيات من القرن العشرين ، ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت قائمة لقرون عديدة ، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تشرح عملية الاتصال الجديدة ، ولم تكن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعصف بوسائل إعلامية راسخة لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للاندثار وتصبح في ظل الإنترنت شيئا من الماضي ، ولا غرابة في أن تظهر بين الحين والآخر توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه (حضارة الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري التفاعلي) (١) .

تطور شبكة الإنترنت :

يعد التطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لظهور شبكة الإنترنت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عضليا سعى لبناء آلة حاسبة من التروس والروافع إلى أن خرج إلى الوجود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الكمبيوتر الرقمي ، ثمرة لالتقاء علوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندسة الإلكترونية ، وقد أدى ذلك بدوره إلى ثورة تكنولوجية وليدة التلاقي الخصب لثالث عتاد الكمبيوتر hardware ، والبرمجيات software ، وشبكات الاتصالات ، وعلى مدى نصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبوقة خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ ، والأهم من ذلك صوب الأرخص والأسهل استخداما .²

¹د. حسني محمد نصر ، الإنترنت والإعلام .. الصحافة الإلكترونية (العين : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص ١٣

²د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٣) ص ١١

ويمكن إعداد دليل تاريخي لظهور شبكة الإنترنت ، حيث بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة ، وذلك على النحو التالي :^١

- في ١٩٤٥ طرح فانيفار بوش Vannevar Bush آلة أسماها ميمكس ماشين Memex Machine لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها ، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية ، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها .
- وفي ١٩٦٩ قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر ، وأول من فكر بهذه الفكرة هو ليكليدر J. Licklider رئيس برنامج بحوث الكمبيوتر في الوكالة ، وحدد أربع مواقع للتقاء للشبكة التي أطلق عليها أربانت ARPANET ، وتم أول اتصال مباشر بينها في ٢٥ أكتوبر ١٩٦٩ ، وتدرجيا ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة ، وزاد عدد مواقعها في عام ١٩٧٠ إلى ١٣ موقعا ثم إلى ٢٣ موقعا في عام ١٩٧١ لتضم عددا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع .
- في ١٩٧٠ طور دينيس ريتش وكينيث تومبسون برنامج تشغيل الشبكات UNIX .
- في ١٩٧١ تم اختراع البريد الإلكتروني Electronic mail ، وتطوير برنامج لإرسال رسائل بريدية عبر الشبكة .
- في ١٩٧٣ خرجت شبكة أربانت إلى العالمية ، حيث تم أول ربط دولي بالشبكة ، وذلك بجامعة لندن بالمملكة المتحدة ، ومؤسسة "رويال ريدر استابلشمنت " Royal Rader Establishment في النرويج .
- في ١٩٧٤ سمح لمؤسسات أخرى غير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية بالحصول على معلومات محددة من الشبكة بعد تطوير قطاع تجاري فيها أطلق عليه تلتيت Tel Net .

^١ هذه المعلومات مستقاة من د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، من ص ١٩ : ٢٧

- في ١٩٧٧ بدأ التوسع في خدمات البريد الإلكتروني ، وتزايد عدد الشبكات المرتبطة بأربانت إلى أكثر من ١٠٠ شبكة .
- في ١٩٧٩ ظهرت شبكة Use Net التي أدخلت خدمة مجموعات الحوار ومجموعات الأخبار .
- في ١٩٨١ أسست جامعة سيتي City University في نيويورك شبكة تعاونية . أسمتها بت نت Bit Net فقدمت خدمات البريد الإلكتروني ونقل الملفات لعلماء الجامعة دون الوصول إلى شبكة أربانت .
- في ١٩٨٢ وضعت القواعد الأساسية لشبكة الإنترنت ، وشهدت أوروبا إنشاء شبكة مشابهة ربطت بين جامعات في هولندا والدانمارك والسويد وبريطانيا .
- في ١٩٨٣ انتقلت إدارة شبكة أربانت إلى المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة ، وتحولت من شبكة عسكرية إلى شبكة مدنية .
- في ١٩٨٤ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من ألف موقع بحثي وأكاديمي .
- في ١٩٨٦ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من خمسة آلاف موقع ، وزاد عدد المجموعات الإخبارية إلى ٢٤١ مجموعة ، وتم وضع قواعد لنقل وتبادل الأخبار عبر شبكة الكمبيوتر .
- في ١٩٨٧ ولد ما يسمى بالإنترنت التجارية ، وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو ١٢٨ ألف شبكة .
- في ١٩٨٨ طورت الإنترنت خدمة التخاطب Internet Chat .
- في ١٩٩٠ زاد عدد الشبكات المتصلة بالإنترنت إلى ٣٠٠ ألف شبكة ، وزاد عدد مجموعات الأخبار إلى ألف مجموعة ، وتم تقسيم أربانت إلى شبكتين إحداها عسكرية Milnet والأخرى مدنية لا علاقة لها بوزارة الدفاع Internet ، وأصبح من الممكن للأفراد الاتصال بالإنترنت عبر التليفون .
- في ١٩٩١ طور كل من بول لندنر ومارك ماكيل برنامج جوفر Gopher لتصفح الإنترنت ، وشهد هذا العام أهم تطور في تاريخ الإنترنت وهو ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "الورلد وايد ويب World Wide Web" الذي اخترعه تيم بارنارز لي Tim Berners Lee واعتمد على تكنولوجيا

النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات الصور والرسوم والأصوات على الشبكة .

مفهوم الإنترنت :

. من خلال استعراض التطور التاريخي لفكرة شبكة الإنترنت يكن تعريفها بأنها :

شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله ، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها ، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ، ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات .

الإنترنت والفرق بينه وبين الإنترنت

الإنترنت عبارة عن شبكة كمبيوتر خاصة بمؤسسة ما تستعمل البروتوكولات والقواعد التي بني عليها الإنترنت وذلك كي يمكن الأفراد والعاملين في تلك المؤسسة من الاتصال ببعضهم البعض والوصول إلى المعلومات وذلك بطريقة أسرع وأفضل وأكثر كفاءة وأقل كلفة من الأساليب التقليدية المعتادة. فهي تقوم بتسهيل الأعمال العديدة التي يتطلبها المكتب والتي يمكن أن تأخذ وقتا وجهدا ومالا كبيرا لإنجازها. من هذه الأعمال على سبيل المثال لا الحصر الاجتماعات والتحدث على الهاتف وتحضير الرسائل والمذكرات وإرسال الرسائل بالبريد أو الفاكس وغيرها.

الإنترنت في الواقع هو نسخة مصغرة من الإنترنت تعمل داخل المؤسسة، كما يسمح الإنترنت للمؤسسة أن تكون على اتصال بالإنترنت بدون أن تتأثر بالمشاكل التي يسببها المستخدمون من الخارج بسبب الوصول إلى المعلومات الخاصة داخل شبكة كمبيوتر المؤسسة. كما أن من أهم مساوئ التي

تترتب بسبب اتصال المؤسسات بشبكة الإنترنت العالمية واستخدامهم لها هو إمكانية استخدام الإنترنت في أعمال وتطبيقات غير مفيدة للشركة أو المؤسسة بواسطة موظفيها .لهذه الأسباب وغيرها فإن العديد من المؤسسات قد ابتعدت عن استخدام شبكة الإنترنت العالمية الواسعة واقتصرت على إنشاء الإنترنت.

فالإنترنت الخاص بمؤسسة ما عبارة عن إنترنت داخلي تم تفصيله ليكون ملائماً لهذه المؤسسة ولكنه غير متصل بالعالم الخارجي إلا في نطاق محدد وذلك لإمكانية القيام بتحديد درجة اتصاله بالعالم الخارجي. كما يمكن للإنترنت أن يصل للإنترنت بدون أن يكون العكس أي من الإنترنت إلى الإنترنت.

من هذا يتبين لنا المزايا العديدة للإنترنت ، إن الفرق بين الإنترنت و الإنترنت يمكن تلخيصها فيما يلي:

الإنترنت

- * هو ملك المؤسسة التي تستضيفه.
 - * لا يمكن لأي شخص الوصول إليه إلا الذين سمح لهم بذلك.
 - * يعمل فقط في موقع واحد.
 - * يحتوي على المواضيع والمعلومات التي تحتاجها المؤسسة وتوافق عليها .
- الإنترنت

- * غير مملوك لأحد.
- * أي شخص يمكنه الوصول إليه.
- * يمكن الوصول إليه من أي مكان أو موقع.
- * يحتوي على العديد من المواقع أو الصفحات المتضمنة معلومات غير لائقة

أما أوجه الشبه بين الإنترنت والإنترنت فهي :

*كل من النظامين يستخدمان صفحات كتبت بلغة . HTML

*يستعمل كل منها برنامج التصفح لمشاهدة الصفحات.

*كل منها يستعمل نفس المعايير أو البروتوكولات في أسلوب استقبال وإرسال المعلومات.¹

الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

تقدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عددا من الخدمات الاتصالية والإعلامية تفيد المستخدم بشكل عام ، والإعلامي على وجه الخصوص ، ومنها :

أولا : خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail حيث يسمح البريد الإلكتروني الذي تقدمه غالبية المواقع مجانا بأن يقوم المشترك بإرسال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي ١٩٤ دولة في العالم .

ويتميز البريد الإلكتروني بأنه :

(١) مجاني إلي حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد .

(٢) متوافر في غالبية المواقع .

(٣) تعدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازها ، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة .

(٤) إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الكمبيوتر وطباعته .

(٥) إمكانية تبادل النصوص والصور بين شخصين وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل الأصوات والأغاني ولقطات الفيديو .

(٦) إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة

لذلك .²

¹ <http://www.al-rass.net/vb/printthread.php?t=2883>

access on 31/7/2005

² د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٧٥

وتعد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا على الإنترنت ، وتقدر الرسائل التي ترسل يوميا عبر البريد الإلكتروني بمليار رسالة ، كما أن عدد مستخدمي البريد الإلكتروني وصل في ٢٠٠٣ إلى ٦٠ مليون شخص يتزايدون بنسبة ٨٠٠% سنويا ، يصلون في ٢٠٠٥ إلى ٥٥٠ مليون مستخدم^١.

ثانيا : الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "World Wide Web":

وهي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبر شبكة (ويب) ، ويعد أكثر تطبيقات الإنترنت شعبية ، وتشير إلى تلك المجموعة من الخوادم المتصلة بالإنترنت والتي توفر صفحات جرافيكية عن المعلومات ، وكلما زاد عدد مشتركيها زاد المحتوى الذي تتضمنه ، وكلما زاد المحتوى الذي تتضمنه زاد عدد المشتركين المنضمين إليها .^٢

ثالثا : جماعات الأخبار News group :

وتتيح هذه الخدمة الانضمام إلى الجماعة أو الجماعات المهمة بأي موضوع لمعرفة المزيد من الأخبار عنه ، وقراءة أو مشاركة الآخرين في الحوار والمناقشة حوله من خلال شبكة تدعى Usenet ، وتستخدم هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشكل دائم بالإنترنت وتعرض على مدار الأربع والعشرين ساعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء .

كما يمكن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف على شبكة الإنترنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة كموقع جريدة الأهرام^٣ ، أو من داخل مواقع إعلامية مثل On line newspaper^٤ ، أو صحافة^٥ ، وغيرها .

رابعا : خدمة التخاطب الفوري Chat:

حيث تتيح كثير من المواقع غرافا للحوار chat room يتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لانهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وهكذا يتم التخاطب الفوري .

^١ المصدر نفسه ، ص ٧٧

^٢ بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام رضوان (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٢٣١ ، ذو القعدة ١٤١٨ ، مارس ١٩٩٨) ص ١٥٦

^٣ عنوانها الإلكتروني <http://www.ahram.org.eg>

^٤ عنوانه الإلكتروني <http://www.onlinenewspaper.com>

^٥ عنوانه الإلكتروني : <http://www.sahafa.com>

خامسا : خدمة الاتصال التليفوني :

عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة hardware مثل كارت صوت وميكروفون ، وبعض المكونات غير الصلبة وهي البرامج الخاصة بالاتصال التليفوني على الإنترنت Internet phone software ، وتتيح هذه الخدمة التي لم تحقق بعد انتشارا كبيرا لدى مستخدمي الإنترنت استخدام الشبكة في الاتصالات التليفونية الدولية بالمجان ، أو بتكلفة أقل كثيرا عن تكلفة الاتصال لتليفوني العادي .¹

سادسا : خدمة نقل الملفات : FTP : File Transfer Protocol

وتسمح هذه الخدمة بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الإنترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام ، إذ أن بعض أجهزة الكمبيوتر تحظر الدخول إليها بسبب السرية أو بسبب احتياطات أمن للدخول أو أن الجهات التي تملكها تفرض رسوما للدخول عليها .²

سابعا : القوائم البريدية : Mailing lists

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلي عدد معين من المنضمين إلي هذه القوائم ، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة ، وتقرب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش .

هل الإنترنت وسيلة إعلامية جديدة ؟

ظلت تقسيمات أساتذة الإعلام لأنواع الاتصال سائدة لفترة طويلة ، وهي الاتصال الذاتي ، والاتصال الشخصي الذي يتم بين فرد وآخر ، والاتصال الجمعي الذي يتم بين مصدر واحد وعدد من المتلقين في الخطابة والمحاضرات العامة والندوات والدروس ، والاتصال الجماهيري الذي يتم من مصدر واحد إلي عدة ملايين عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ،³

¹ .حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٤٤

² عبد الحميد بسيوني ، التعليم والدراسة على الإنترنت (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠١) ص ٢٩

³ .إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩) ص ٥٠

وحدد علماء الإعلام مكونات العملية الاتصالية وعناصرها ، فالرسالة تتم من مرسل إلي مستقبل عبر وسيلة ، ويكون هناك رجوع صدى لهذه الرسالة ، وتأتي شبكة الإنترنت لتعيد النظر في مثل هذه التجريدات .

فقد وسع استخدام الإنترنت في الاتصال الإنساني مفهوم الاتصال التقليدي ليشمل الاتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر ، فلم يعد الاتصال الحديث موقفا سلوكيا ينقل فيه مصدر رسالة إلي مستقبل بهدف التأثير فيه ، وإنما أصبح موقفا تبادليا يتبادل فيه شخصان أو أكثر معلومات أو أفكار ، ولم يعد الاتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من فرد إلي أفراد عديدين from one to many وأصبح يسير وفق نموذج من أفراد عديدين إلي أفراد عديدين from many to many ، لقد ألغت الإنترنت تقريبا النموذج الخطي التقليدي للاتصال ، بما كان يتضمنه من قيود على العملية الاتصالية ، فقد كان هذا النموذج يعطي سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالاتصال (المرسل) ، وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلي العلاقة الاستبدادية ، أما بعد ظهور الإنترنت فلم يعد المرسل أو لبنية الاتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل ، إذ يمنح الاتصال عبر شبكة الإنترنت المستقبل صلاحيات وحرية أكبر في الوصول إلي ما يريده من رسائل على الشبكة دون قهر أو إجبار من بين آلاف الصفحات والمواقع المنتشرة على الشبكة في الوقت الذي يريده ، وبالتتابع الذي يريده .^١

وإذا كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلي المستقبل ، فإن الإنترنت بهذا المقياس تعد وسيلة إعلامية جديدة ، لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى ، غير أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور للعاملين في مجال الإعلام .

ولا شك أن المعلومات التي تقدمها شبكة الإنترنت قد جعلت الصحفي في صراع من أجل مسايرة العصر ومفرداته ، وزادت من مهاراته ، وقدمت نفسها كمصدر للأخبار والمعلومات المحلية والعالمية التي يمكن استحضارها في اللحظة نفسها ، مما طرح على الصحفيين ضرورة إجادة فن اختيار المعلومات في ظل التدفق الضخم

١. د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٥٢

للمعلومات وتفجرها ، الأمر الذي جعل الشبكة تطرح كوسيلة اتصال جماهيرية تبشر
بعهد إلكتروني جديد .¹

السمات الإعلامية لشبكة الإنترنت :

تختلف شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال عن غيرها من الوسائل بالسمات التالية :

(١) تعدد الوسائط Multimedia

وهو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت من صوت ونص
وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه
التكنولوجيات في منتج واحد ، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ،
وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتسب
ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي
بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية
الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها .

(٢) النصية الفائقة HTML : (Hypertext Transport Protocol) :

وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة
الكمبيوتر ، وأصبحت صورة قياسية لهيكلية المعلومات ووضعها في وثائق ، وتحتوي
وثائق النص المترابط على روابط links تحيل القارئ إلى مواقع أخرى مشابهة.²
وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلى آخر على الشبكة في الحال
، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بمواقع أخرى .

(٣) التدفق الشحني :

ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل في شحنات وليس في تدفق خطي ، وذلك
عبر طرق الإنترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع خطا نمطيا في تقديم

¹ Merrill Morris and Christine Ogan ,The Internet as Mass Media , Journal of Com .99 (1) Winter , 1996.

² عبد الحميد بسيوني ، مصدر سابق ، ص ٣٣

مادتها (مساحيا في الوسائل المطبوعة ، وزمنيا في الوسائل الإلكترونية) فان التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلى شحنات أخرى .¹

(٤) التزامنية واللاتزامنية

تجمع شبكة الإنترنت - كوسيلة إعلامية - بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها .

والتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ، ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant message كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله إليه ، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد .²

(٥) التفاعلية Interactivity

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت ، كالتخاطب الفوري Chatting ، وخدمات البريد الإلكتروني ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التفاعل مع كاتبه ، أو إرسال رسالة إليه ، الأمر الذي يعطي عنصر رجوع الصدى - أحد عناصر العملية الاتصالية - سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى .

وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity وهي التي ترشد

المستخدم إلى (الصفحة التالية) أو (العودة إلى أعلى) .. وهكذا .

¹د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٥٦
²المصدر نفسه ، ص ٥٧

- (ب) التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار Newsgroup .
- (ج) التفاعلية التكيفية Adaptec Interactivity وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة ، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكيّف نفسه لسلوك المتصفّحين الزائرين^١ .

الإنترنت والصحافة :

قدمت الإنترنت عدة وظائف للصحافة ، فهي بخلاف كونها وسيطا يحمل المضمون إلى القارئ ، فإنها أفادت الصحافة والصحفيين من وجوه متعددة :

أولا : الإنترنت كمصدر للمعلومات ، من خلال :

(١) الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية ، أو كمصدر من المصادر الأساسية للتغطية الخبرية للأحداث العاجلة من خلال موقع الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء .

(٢) الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة .

(٣) الاستفادة منها في إعداد الصفحات المتخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد وصفحات التسلية والفكاهة .

(٤) التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب وبيعها .

ثانيا : الإنترنت كوسيلة اتصال : وذلك من خلال :

(١) الاتصال الخارجي بالمندوبين والمراسلين وتلقي موادهم عبر البريد الإلكتروني ، والاتصال بالمصادر لإجراء أحاديث عن بعد معهم .

(٢) الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت خاصة قسمي الأخبار والمعلومات .

^١ محمد عثمان العربي ، الإنترنت : الاستخدامات والانتشار في السعودية ، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط :جامعة السلطان قابوس ، ٢٠٠٢) ص ٦

ثالثا : الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلي ، وذلك عن طريق مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار .

رابعا : الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال نشر الصحيفة أو ملخص لها ، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع .

خامسا : الإنترنت كوسيط إعلاني يدر دخلا إضافيا للصحيفة .

سادسا : الإنترنت كأداة لتسويق الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية .

سابعا : تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلي مزود بالخدمات المتعددة للمشاركين .¹

وتأتي استخدامات الإنترنت الصحفية محققة لعدة أهداف للقائم بالاتصال في العملية الصحفية ، وهي :

- (١) الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية .
- (٢) الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات المتوفرة في عدد من الجهات والمنظمات والدول والأفراد .
- (٣) استكمال موضوعات الأعمال الصحفية .
- (٤) استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات المختلفة .
- (٥) الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات مواقع متعددة والاستفادة منها .
- (٦) تطوير المهارات الصحفية للصحفيين .
- (٧) استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي .
- (٨) استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة Create his own newspaper .
- (٩) بناء عالم الصحفي الخاص His own home page الذي يطلع الآخرون من خلاله على شخصيته .
- (١٠) الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى .

¹محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال منشور بجريدة الأهرام ، بتاريخ ١١/٢٣/١٩٩٨ .

- (١١) الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني .
- (١٢) إرسال واستقبال المواد الصحفية من وإلى الصحيفة .
- (١٣) الانضمام إلي جماعات صحفية وإخبارية .
- (١٤) الاستفادة من آلاف القواميس والمراجع والموسوعات والدوريات على شبكة الإنترنت .
- (١٥) تطوير وسائل جمعه للمادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد ، ومؤتمرات الفيديو ، نقاشات ودرشة ، البريد الإلكتروني .
- (١٦) الاطلاع على أشكال جديدة للعمل الصحفي .
- (١٧) استخدام الوسائل الحديثة في التغطية الصحفية .
- (١٨) المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى ، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وأدائهم .
- (١٩) تطوير طرق اتصاله بقرائه .
- (٢٠) استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية ^١ .
- ويمكن القول بأن الإنترنت قدمت للصحافة الكثير من الخدمات ، وفتحت أمامها آفاقا متعددة نحو الانتشار والوصول إلي أكبر قدر ممكن من القراء دون اعتبار للحدود الجغرافية والسياسية ، كما أنها أضافت إليها موردا إعلانيا جديدا ، وإن كان لا يزال في طور البداية في الصحف المصرية والعربية غير أن الدراسات تؤكد أن الصحف العالمية تحقق أرباحا من الإعلان على مواقعها على شبكة الإنترنت ، كما أن الإنترنت قدمت للصحفيين تسهيلات كبيرة في اختيار وانستقاء والحصول على الأخبار والمعلومات ، وقامت بدور الوسيط المساعد له في إعداد مادته الصحفية ، الأمر الذي يوفر له كثيرا من الوقت والجهد .
- كذلك فقد قدمت شبكة الإنترنت للجمهور خدمة إعلامية متميزة سواء في مواقع الصحف الإلكترونية ذات الأصل المطبوع ، أو الصحف الإلكترونية الخالصة ، على ما سوف نحدده - بمشيئة الله تعالى - في المبحث الخاص بمحددات الصحافة الإلكترونية ، وتتسم هذه الخدمة بما يلي :

^١ السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) ص ٣١

- (١) التغطية الصحفية الفورية Fresh and updated coverage من خلال نشر الأخبار الفورية والمتجددة والمفاجئة Breaking News .
- (٢) التغطية الصحفية الحية Live coverage من خلال تغطية الأحداث من موقعها وفي لحظة وقوعها ، وذلك في بعض المواقع .
- (٣) التغطية الصحفية المتعمقة In-depth coverage حيث تعالج عدد من المواقع موضوعا واحدا بزوايا متعددة ، ويوجد العديد من الروابط التي تحيل المستخدم إلى مصادر ووثائق وبيانات متعمقة حول الموضوع الواحد .
- (٤) التغطية الصحفية التفاعلية Intreactive coverage حيث تتيح إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين .
- (٥) التغطية الصحفية الرقمية Digital coverage حيث توفر العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام .
- (٦) التغطية الصحفية متعددة الوسائط Multimedia coverage وذلك بعرض المادة الصحفية مصاحبة لوسائط أخرى غير النص مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة .
- (٧) التغطية الصحفية المتكاملة Comprehensive coverage فهي تجمع بين أكثر من عنصر من عناصر العملية الاتصالية فهي مصدر ووسيلة اتصال ووسيلة كتابة ومعالجة ، وهي أرشيف ضخم ومكتبة كبيرة .
- (٨) التغطية الصحفية الذاتية Seif-duty coverage حيث يستطيع الصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده .
- (٩) التغطية الصحفية المولفة Customized coverage حيث يمكن توليف وتوفيق الموضوعات أو المصادر وفق رغبات الجمهور والصحيفة .
- (١٠) التغطية الصحفية الموضوعية Objective coverage حيث يستطيع المستخدم قراءة الموضوع الواحد على أكثر من موقع ، والقيام بالمقارنة بينهما ، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية إلى حد كبير .

(١١) التغطية الصحفية المستمرة Continuing coverage فالعمل لا يتوقف على الإنترنت ٢٤ ساعة .

(١٢) التغطية الصحفية اللامحدودة Infine News Hale coverage لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت ^١.

نستنتج مما سبق أن الإنترنت فعلت عملية الاتصال التي تتم عبرها ، وأكسبت عناصر العملية الإعلامية مهارات ومميزات جديدة :

- فالقائم بالاتصال (المرسل) طورت أدائه ، ووفرت له وقتا وجهدا كبيرين على النحو الذي تقدم .

- والمتلقي (المستقبل) زادت من حجم مشاركته الإيجابية في عملية الانتقاء والمشاركة في تصميم وبناء الرسالة الإعلامية أحيانا .

- والوسيلة طورت من مفهومها وأضافت إليها سمات هامة كالتفاعلية وتعدد الوسائط وغيرها .

- والرسالة ذاتها (المضمون) الذي تحمله الشبكة إلي مستخدميها اتسم بالعمق والتنوع والفورية وغيرها من السمات الهامة التي توفرها الشبكة للرسالة الإعلامية.

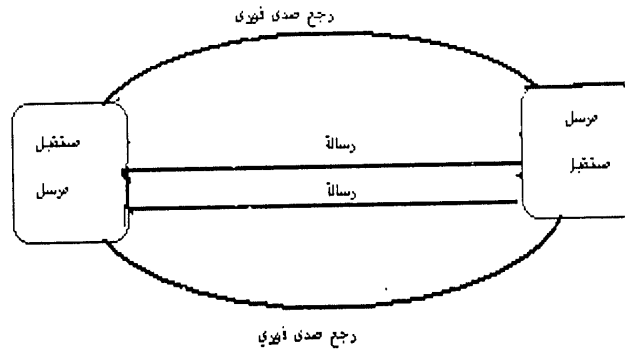
- ورجع الصدى أعطت له صفة الفورية والسرعة بالقياس إلي وسائل الإعلام الأخرى .

لقد أحدثت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تغييرا كبيرا في أدوار ومفاهيم عناصر العملية الاتصالية ، على نحو يجعل كثيرا من نماذج الاتصال التي قدمها أساتذة الإعلام في القرن الماضي قاصرة عن تفسير وتوصيف عملية الاتصال التي تتم عبر الإنترنت .

فإذا كان النموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معيناً في شكل رمزي ، أي أن النماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة أو نظام ، وإدراك العلاقات والصلات بين

^١المصدر نفسه ، ص ٢٧: ٢٩

العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو ذلك النظام^١، فإنه بالإمكان وضع هذا النموذج البنائي الذي يظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء، أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة^٢:



شكل رقم (٣) نموذج يوضح عناصر العملية الاتصالية عبر شبكة الإنترنت

وهذا النموذج يوضح التداخل الشديد بين وظيفة كل من المرسل والمستقبل، فالصحفي حين يكتب موضوعاً ما، فإنه يجمعه من مصادر متعددة ومنها شبكة الإنترنت، فهو في هذه الحالة مستقبلاً قبل أن يكون مرسلًا، والمستقبل حين يتعرض للموضوع الإعلامي ويقوم بالرد على الرسالة بناءً على الإمكانيات التفاعلية التي يتيحها الموقع - والتي تختلف من موقع لآخر - فيتحوّل بدوره من مستقبل إلى مرسل، فقد زادت الإنترنت إلى حد كبير التداخل بين كل من المرسل والمستقبل قبل وأثناء وبعد إرسال الرسالة الاتصالية.

^١ د. جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٥) ص ٦٢
^٢ المصدر نفسه، ص ٦٥

ورغم أن هذا النموذج يفترض أن كل مستقبل في العمليات الاتصالية التي تتم عبر الإنترنت مستقبلاً نشطاً ، وقد لا يكون ذلك صحيحاً في كثير من الأحيان إلا أنه - مع بساطته - يقدم محاولة متواضعة لاختصار المعاني ، وتقديم صورة متطابقة للعملية الاتصالية التي تتم عبر شبكة الإنترنت .

ظواهر تثيرها شبكة الإنترنت :

تثير الإنترنت في علاقتها بالصحافة عدداً من الظواهر الهامة ، منها :

(١) العولمة أو الكونية Globalization وهي محاولات تصغير العالم ودمجه ، من خلال التقليل من أهمية الحدود الجغرافية والسياسية ، مع إتاحة إمكانية الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات ، ونشأت في مجال الاقتصاد وتعدته إلى المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية ، وساعد على انتشارها ثورة تكنولوجية واجتماعية ورغبة سياسية ، وتمثل في أحد جوانبها هيمنة للقيم الغربية بصفة عامة ، والأمريكية بصفة خاصة .^١

ولعل الإنترنت هي الرمز البارز للعولمة الإعلامية التي تحمل في مضامينها محاولة عولمة الاقتصاد والسياسة والثقافة ، ومحاولة فرض نمط ثقافي وحيد يزعم أنه اعتلى عرش الثقافات والحضارات.

ومن إشكاليات العولمة في مجال الإعلام :

أ - الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي وعلى مواقع شبكة الإنترنت

ب - سيطرة الشركات العملاقة على الإعلام الدولي ، مما يجعله أسير نمط قلة تقوم بتوجيهه حتى لو تعارضت أهدافه مع أهداف الدول بشكل عام والدول النامية على وجه الخصوص .

^١ أرضا عبد الواحد أمين ، اتجاهات الصحافة المصرية نحو ظاهرة العولمة .. دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية ، ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، ٢٠٠٢) ص ٣٩

ج - أن عولمة الإعلام لا توفر حرية التبادل الثقافي ، فلا يزال التدفق الإعلامي يأخذ منحى واحداً من الشمال إلى الجنوب .
د - تقلص دور الدول - خاصة النامية - في شغل فضاءها الإعلامي ، وحمايته من محاولة الاختراق ، نظراً لضعف هياكلها التمويلية ، وتخلفها التقني والفني .

هـ - التّخمة المعلوماتية التي توفرها شبكة الإنترنت رمز العولمة الأكثر شهرة في هذا العصر .¹

(٢) التّبعية الإعلامية : حيث رسخت الإنترنت مفهوم التّبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية ، وطبيعة توظيفها ، وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع أم لغير صالحه ؟ وهل اختراقها للحدود جاء على حساب انتهاك خصوصية الأفراد وحرمايتهم ؟ أم جاء لصالح المجتمع وتطوره ؟²
كما برزت تساؤلات حول سيادة اللغة الإنجليزية على الشبكة حيث تبلغ ٧٧ % من الصفحات والمواقع على الإنترنت باللغة الإنجليزية ، وسيادة المضمون الأمريكي الذي ينسجم مع أسبقية الولايات المتحدة في ابتكار الإنترنت واستخدامها - على المستوى المدني - على نطاق واسع ، حيث يبلغ الأمريكيون نصف مستخدمي شبكة الإنترنت في العالم .³
والجدول التالي يوضح هذه الحقائق :

¹ المصدر نفسه ، ص ١١٣ : ١١٦
² السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص ٣٤
³ حسني نصر ، مصدر سابق ، ص ٢٤٠

السنة	عدد المستخدمين
١٩٩٥	٢٦ مليون مستخدم
١٩٩٦	٥٥ مليون مستخدم
١٩٩٧	٧٤ مليون مستخدم
١٩٩٨	١٤٧ مليون مستخدم
١٩٩٩	٢٠١ مليون مستخدم
٢٠٠٠	٣٧٨ مليون مستخدم
٢٠٠١	٥١٦ مليون مستخدم
٢٠٠٢	٦٠٥ مليون مستخدم
٢٠٠٣	٨٠١ مليون مستخدم
٢٠٠٤	٩٣٤ مليون مستخدم
٢٠٠٥	١,٠٧ مليار مستخدم

جدول رقم (١-١) يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في العالم^١

^١ NUA ,Internet How Many Online .available at <http://www.nua.ie/serveys/how-many-online/index.html>

القارات	عدد السكان	نسبة السكان	مستخدمي الإنترنت	نمو استخدام الإنترنت ٢٠٠٥-٢٠٠٠	نسبة المستخدمين
أفريقيا	٨٩٦,٧٢١,٨٧٤	١٤%	٢٣,٨٦٧,٥٠٠	٤٢٨,٧%	٢,٥%
آسيا	٣,٦٢٢,٩٩٤,١٣٠	٥٦,٤%	٣٢٧,٠٦٦,٧١٣	١٨٦,١%	٣٤,٢%
أوروبا	٧٣١,٠١٨,٥٢٣	١١,٤%	٢٧٣,٢٦٢,٩٥٥	١٦٥,١%	٢٨,٥%
الشرق الأوسط	٢٦٠,٨١٤,١٧٩	٤,١%	٢١,٤٢٢,٥٠٠	٣٠٥,٤%	٢,٢%
أمريكا الشمالية	٣٢٨,٣٨٧,٠٥٩	٥,١%	٢٢٣,٧٧٩,١٨٣	١٠٧%	٢٣,٤%
أمريكا الجنوبية	٥٤٦,٧٢٣,٥٠٩	٨,٥%	٧٠,٦٩٩,٠٨٤	٢٩١,٣١%	٧,٤%
أستراليا	٣٣,٤٤٣,٤٤٨	٠,٥%	١٧,٦٥٥,٧٣٧	١٣١,٧%	١,٨%
المجموع	٦,٤٢٠,١٠٢,٧٢٢	١٠٠%	٩٥٧,٧٥٣,٦٧٢	١٦٥,٣%	١٠٠%

جدول رقم (١-ب) يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في قارات العالم^١

وتؤكد الدراسات الأمبيريقية ما ذهبت إليه الدراسات النظرية القائلة بوجود اختراق ثقافي وتبعية إعلامية من أن الإعلام الوافد يمكن أن يؤدي إلى سيادة

^١ NUA ,Internet How Many Online .available at <http://www.nua.ie/surveys/how-many-online/index.html>

قيم الدول المخترقة وأنماط معيشتها ، وتلاشي قيم الدول المستقبلية وضياع هويتها¹.

(٣) التفاعلية.. كذلك من الظواهر التي تثيرها الإنترنت التفاعلية في العملية الصحفية ، أي بين الصحفي وقرائه ، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه ، بل عملية تفاعلية ، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا ، بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في العمل الصحفي ، كما أصبح بمقدوره التحكم في المضمون الصحفي من خلال عمليات الانتقاء والاختيار والتوليف Customization مما يعطيه سيطرة أكبر على الأداء الصحفي².

(٣) أخلاقيات العمل الصحفي .. وتثير الإنترنت قضية أخلاقيات العمل الصحفي ، إذ ليس هناك قوانين تنظم عمل هذه الشبكة ، وليس هناك حراس بوابة Gate Keepers يتحكمون في المعلومات التي تنتشر إلكترونيا ، وبالتالي فالالتزام بالمعايير المنصوص عليها في مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية لن يكون بإمكان أحد مراقبته أو المعاقبة على اختراقه ، كما أن الكثير من الشركات مزودي خدمة الاتصال بالإنترنت Servers تقوم بتجميع المعلومات عن روادها والتصرف في هذه المعلومات دون علم المشتركين ، وصارت المقولة الشهيرة التي أطلقت على مرتادي الإنترنت في بداية ظهورها (على الإنترنت لا يعرف أحد أنك كلب³) قد عفا عليه الزمن ، الأمر الذي دفع أحد الباحثين الفرنسيين بالمطالبة بالحماية من التطفل المعلوماتية ، وحماية الحياة الخاصة ، وإعادة تعريفها واحترامها وفق ما ينص عليه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان⁴.

¹ أيمن منصور ندا ، الاختراق الثقافي عن طريق البث الوافد - دراسة مسحية لأدبيات الاختراق ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، نوفمبر ١٩٩٦) ص ١٩

² السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص ٣٤

³ بيل جيتس ، مصدر سابق ، ص ١٥٥

⁴ ماتييو أونيل ، الإنترنت وأقول الحياة الخاصة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٩٤ (يناير - مارس ١٩٩٩) ص ٢٣

مشكلات استخدام الإنترنت صحفيا :

يتعرض مستخدم شبكة الإنترنت سواء كان صحفيا أو متلقيا لعدد من المشاكل والمعوقات لاستخدامه شبكة المعلومات ، وهذه المعوقات تنقسم إلى قسمين :
أولا: معوقات غير قانونية .. وهي :

١- أن غالبية المواقع على شبكة الإنترنت باللغة الإنجليزية ومعدة وفقا لمناهج الفكر الغربي وفلسفته الصحفية والإعلامية ، وهو أمر يضع قيودا على انتشار استخدام الإنترنت من قبل الصحفيين الذين لا يجيدونها ، أو يجيدونها ولكنهم لا يحبون التعرض لمثل هذه الرؤى والفلسفات .

٢- غلبة المضمون الأمريكي بشكل خاص على شبكة الإنترنت ، الأمر الذي يكرس - من وجهة نظر أصحاب النموذج النقدي في الإعلام - من معاني الهيمنة والاختراق وتأثير المنتج على المستهلك ، حيث ينجم عن ذلك اعتبار معظم البلاد النامية مجرد مستهلكة للمعلومات التي ترد إليهم مثل أية سلعة أخرى ، وبالتالي فإن المستخدم لن يجد في المعلومات التي توجد على الشبكة ما يمس اهتماماته ويتوافق مع ثقافته وآرائه ، بنفس القدر الذي يجد ما يعبر عن الثقافة الأمريكية .

٣- مشكلة المصادقية .. حيث لا يستطيع المستخدم تقييم مصداقية المعلومات التي يتمكن من الحصول عليها بدقة من الإنترنت لضمان القيام بتغطية موضوعية فيما يتعلق بالصحفيين ، أو بناء مواقف متزنة وموضوعية للمستخدمين بشكل عام ، فكما يقول Ketterer فإن المعلومات على الإنترنت يمكن أن تضلل ، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها ، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات ، أو تستخدم الادعاءات الملفقة ، أو يكتفي بها بديلا عن المصادر

المصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٩٤ ، أكتوبر ١٩٨٥) ص ٤٢

الأساسية ، كما تختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية¹ ، كما أن المضمون الإباحي يمثل تحدياً آخر أمام معلومات الشبكة ، حيث أورد أحد الأبحاث التي أجريت عام ١٩٩٥ أن نصف المشتركين يهدفون إلى البحث عن الوسيلة التي تمكنهم من فتح برنامج الأفلام والصور الإباحية².

٤- مشكلات اقتصادية : ارتفاع تكلفة البنية الأساسية اللازمة لخدمات الإنترنت في غالبية دول العالم الثالث والدول النامية .

٥- مشكلات تتعلق بكيفية الملاحة عبر الإنترنت Navigation فيمكن أن تستهلك وقتاً كبيراً بلا جدوى بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث ، فالبحث عن المعلومات يقتضي تطوير المهارات البحثية ، فضلاً عن أن المعلومات غير منظمة بشكل يسير ، والتعامل معها يقتضي إجراء فحص مزدوج للمعلومات ولرسائل البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت ممن أرسلها³.

ثانياً :معوقات قانونية :

حيث تقيد نحو ٢٠ دولة في العالم وصول مواطنيها إلى شبكة الإنترنت تقييداً كاملاً - ففي بورما على سبيل المثال فإن على الأفراد الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر أن يسجلوا أجهزتهم لدى الحكومة ، ومن يخالف ذلك يتعرض لعقوبة تصل إلى السجن ١٥ عاماً ، وتقوم الحكومة بالتفتيش على مراكز الكمبيوتر .

- وتحتكر حكومات أخرى تقديم خدمات الإنترنت مثل الصين التي تفرض رقابة شديدة على الأخبار والمعلومات الداخلة والخارجة على الشبكة ، وتفرض عقوبات مشددة على كل من يخترق مزود الخدمة الحكومي ، وتعاقب كل من ينشر مواد معارضة على الشبكة بالسجن .

¹ السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص ٣٥

² حسن حامد ، الاختراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير

١٩٩٦) ص ٢٦

³ السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص ٣٥

- وتستخدم كثير من الدول العربية تكنولوجيا الحظر لما لا يتفق مع المعتقدات والقيم العربية والإسلامية ، فقد أخرت السعودية إدخال الإنترنت للبلاد إلى أن تم تطوير برامج تتيح حظر الوصول للمعلومات التي لا تتفق والقيم الإسلامية أو التي تهدد سلامة واستقرار المجتمع¹ ، غير أن هناك حكومات أخرى تتبع سياسة الرقابة المخففة على محتوى الإنترنت .

وعملها فان الدول التي تتحكم تماما في الإنترنت وخدماتها ، وتفرض رقابة شديدة على محتواها تضم :

أذربيجان ، روسيا البيضاء ، بورما ، الصين ، كوبا ، إيران ، كازاخستان ، ليبيا ، كوريا الشمالية ، المملكة العربية السعودية ، سيراليون ، السودان ، سوريا ، طاجكستان ، تونس ، تركمانستان ، أوزبكستان ، فيتنام² .

¹ حسني نصر ، مصدر سابق ، ص ٢٤١ : ٢٤٣
² المصدر نفسه ، ص ٢٤٩

المبحث الثاني

الصحافة الإلكترونية

المفهوم والمحددات

الإعلام الإلكتروني :

إذا كان التعريف الكلاسيكي للإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم¹ ، فإن أي مفهوم للإعلام لابد أن يرتبط بالمجتمع بكل مقوماته السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ويأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه طبقاً لما حدده الألمانى (أتجروت) لمفهوم الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه² ، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة .

ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة مثلاً) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير ، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة ، بل ونمط التسويق أيضاً ، إن التصور الأكثر موضوعية للإعلام الإلكتروني لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية ، لأنه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة Meduim is The Message ، بل إن هذه التغييرات من المؤكد أنها ستصيب كافة أطراف العملية الاتصالية ، بل وستخلق مناخاً اتصالياً

¹ إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩) ص ١٢

² المصدر السابق نفسه ، ص ١٢

يختلف في جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذي خلقتة ثقافة الإعلام التقليدي¹.

ويمكن القول إن الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية ، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ، ذات حجم غير محدد نظريا ، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام ، كما يتسم الإعلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت وانتقائها والوصول إليها وتحليلها .

الصحافة الإلكترونية Online/Electronic Newspaper :

احتلت الصحيفة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الاتصال طوال القرون الثلاثة الماضية ، وكانت وسيلة مهمة لتدفق المعلومات إلى الجماهير ، كما أنها قامت بدور مهم في حياة كل المجتمعات ، ففي دول الشمال الغنية كانت محور الاهتمام في المجتمع نتيجة الدور الذي لعبته في تطور هذه المجتمعات ، وصياغة منظومة المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وقد تم النظر إليها على أنها تقوم بدور مهم في العملية الديمقراطية ، ذلك أنها تعطي الأفراد المعرفة اللازمة لقيامهم بدورهم في المشاركة السياسية ، أما في دول الجنوب فقد أسهمت الصحافة المطبوعة في الكفاح الوطني ضد الاستعمار ، وكانت من أهم الأدوات التي استخدمتها حركات التحرر الوطني².

ومع تطور الأحداث برز على الساحة الإعلامية منافسون للصحافة في شكلها المطبوع ، وبدأت الصحافة تبحث عن سبل جديدة لمواجهة هذه المنافسة ، ومع ظهور الإنترنت بدأت الصحف تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني.

¹د.محمود خليل ، الصحافة الإلكترونية ، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ،

١٩٩٧)ص ٢٥

²د.سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١) ص

ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل ، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى ، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر ، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة ، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (الإذاعة والتلفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد ومجلات) فإن الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث تصبح جميعا وسائل إلكترونية ¹.

وقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية فيما يلي :

- الصحافة الإلكترونية : هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت ، وتكون على شكل جرائد مقروءة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة ².

- الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات ، سواء كانت نسخة أو إصدار إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية ، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية ، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة ، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم ، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ، ومن ساعة لأخرى ، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور ³.

- الصحافة الإلكترونية هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات

¹د.محمود خليل ، مصدر سابق ، ص ٢٢

²د.محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٣-١١-١٩٩٨

³د.سعيد الغريب ، الصحيفة الإلكترونية والورقية : دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر -ديسمبر ٢٠٠١) ص ٢١٣

المتابعة ، وتحتوي على الأحداث الجارية ، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت ¹ .

- الصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها ، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدونها منها ، وطبع ما يرغب في طباعته ² .

- الصحافة الإلكترونية هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة ، والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونياً وإدارتها واستدعائها ، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقياً أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي أو التلفزيون التفاعلي ³ .

وباستعراض هذه المحاولات لتحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية يمكن ملاحظة ما يلي :

- (١) الاتفاق على أنها لا تأخذ الشكل الورقي المطبوع حتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية.
- (٢) أن مستخدم الصحافة الإلكترونية يقوم باستدعائها من شبكة المعلومات .
- (٣) أنها لا بد أن تأخذ طابعاً دورياً (تغيير المحتوى كل زمن معين) حتى تنطبق عليها صفة الصحافة .
- (٤) أن المادة المكونة للصحافة الإلكترونية ليست نصوصاً فقط ، بل يمكن أن تضم بجانب النصوص الصوت والصورة المتحركة (لقطات الفيديو) والرسوم حسب تطور موقع الصحيفة وإمكانياته التقنية .

١. جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ٢٠ (القاهرة : ٢٠٠٢) ص ١٢٨٥

٢. حسني نصر ، مصدر سابق ، ص ٩٠

٣. محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل ٢٠٠٣) ص ٤

(٥) أن هناك من الباحثين من عد التلفزيون التفاعلي نوعا من الصحافة الإلكترونية ، والواقع أن هذه المقولة تحتاج إلى مزيد من البحث ، وهل يمكن اعتبار قناة النيل للمعلومات التي يبثها التلفزيون المصري بنظام الفيديو تكست نوعا من الصحافة الإلكترونية ؟
يذهب الباحث إلى عدم اعتبارها نوعا من الصحافة الإلكترونية للأسباب التالية :

- ١- أن هذه الخدمة نوع من الخدمات التلفزيونية وليست الصحفية.
- ٢- أنه لا يتوافر بها السمات التفاعلية المتوافرة للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت .
- ٣- أن النظام الذي يصل به مضمون هذه الخدمة هو الفيديو تكست وليس الشبكات .
- ٤- أن هناك فرقا بين مفهوم الصحافة الإلكترونية الحديث ، وبين الإعلام الإلكتروني التقليدي (الراديو والتلفزيون) .

وعليه فإنه يمكن تقديم التعريف التالي للصحافة الإلكترونية :
" هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري وبرقم مسلسل ، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية ، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي ، سواء كان لها أصل مطبوع ، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة "

ويستبعد من هذا التعريف ما يلي :

- (١) المواقع الشخصية التي يعدها أشخاص لأنفسهم ، وتشتمل على عدد من الروابط لمواقع أخرى.
- (٢) المواقع التي لا يتجدد مضمونها بشكل دوري ، أو يجدد ولكنه لا يأخذ الرقم المسلسل الذي يميز الصحيفة .

(٣) مواقع وكالات الأنباء والمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية ، حيث تعد هذه المواقع امتدادا لعمل هذه المؤسسات ، ونافذة إعلامية ودعائية لها على شبكة الإنترنت.

(٤) خدمات التلفزيون التفاعلي والفيديو تكست للمبررات السابق 'إيرادها.
(٥) المواقع الدعائية التي تعدها بعض الصحف الورقية للترويج للأصل المطبوع.

ومن أمثلة الصحف الإلكترونية :

صحيفة الأهرام ، وموقعها على شبكة الإنترنت :

<http://www.ahram.org.eg>

صحيفة نيويورك تايمز ، وموقعها على شبكة الإنترنت :

<http://www.nytimes.com>

أنواع الصحف الإلكترونية :

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة

إلى الأنواع التالية:

(١) الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية .

(٢) الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد أساسا على الحاسبات الإلكترونية في ف عملية الإرسال والاستقبال ، وهذه الصحافة الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي :

(أ) الصحافة الإلكترونية الفورية Online Journalism التي يحصل

القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجانا ، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت ، وتتميز بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات ، واستخدام لغة الهايبرتكست .

(ب) الصحافة الإلكترونية غير الفورية Offline Journalism التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية CDs أو الأقراص المرنة Floppys .

(ت) وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات الإلكترونية ، مثل الصحافة التي تعد طبغات خاصة معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل ، ويطلق عليها صحافة الفاكسيميل ، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسيميل .¹

وتعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية التي يدور حولها البحث. ويمكن تقسيم هذا النوع من الصحافة (الصحافة الإلكترونية الفورية) وفقا لعدد من الاعتبارات:

أولا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:
(١) صحف إلكترونية خالصة أو كاملة Online newspaper وهي أيضا على صورتين:

(أ) صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة ، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضا أمثلة من الصحافة العربية ، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانيات كبيرة لإصدار صحيفة ، فقد أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم الجيريا باللغة الفرنسية والإنجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الإنترنت ، ودون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر ، ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت²، وعنوانها هو:

<http://w.w.w.algeria.interface.com>

كما يوجد لها مثال بارز في الصحافة المصرية وهي جريدة الشعب

¹د.محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات (القاهرة :د.ن. ، ٢٠٠٠) ص ٢٣

²جمال زائدة ، موت الرقابة ، مقال بجريدة الأهرام المصرية ، العدد ٤١٢٥٢ ، بتاريخ ١٦/١١/١٩٩٩

التي تصدر عن حزب العمل التي أوقفتها الحكومة المصرية في شكلها المطبوع في سبتمبر ٢٠٠٠م ، ولكنها عادت لتصدر على شبكة الإنترنت دون أن يكون لها أصل مطبوع ، ودون الحصول على ترخيص من السلطات المختصة ، وموقعها على شبكة الإنترنت : <http://www.alshaab.com> ، وأغلقت السلطات المصرية في ٢٠٠٤ ، ومن النماذج الصحفية الناجحة في مصر من هذا النوع جريدة شباب مصر التي بدأت عام ٢٠٠٣ ، ويرأس تحريرها أحمد عبد الهادي ، وتتناول الموضوعات المحلية بجرأة ، ويشترك القراء في تحريرها ، وجريدة مصر العربية التي يرأس تحريرها محمود بكري ، وكل منهما صحيفة إلكترونية يومية .

(ب) صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع ، ولكنها لا تشترك معه في محتواه ، ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية ، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوربية . ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى لاختلاف خصائص الجمهور في كل من الصحافة الإلكترونية والورقية من ناحية ، واختلاف طبيعة الوسيلة أو الوسيط الناقل من ناحية أخرى .

- (٢) نسخ إلكترونية من الصحف الورقية ، وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت ، وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:
- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني .
 - صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي .

ثانيا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع :

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت ، وتنقسم الصحف الإلكترونية إلى أنواع أربعة :

(١) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) Graphic Inerchange Format والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت^١، وهي تقنية غير جيدة ، بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية ، ومثالها جريدة الشعب المصرية ، والسياسة الكويتية .

(٢) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول PDF (Portable Datagram Format) وهو نمط قريب من النمط السابق ، ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية ، ومثالها جريدة السفير اللبنانية والمدينة السعودية .

(٣) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML (Hyper Text Markup Format) وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت، المتعددة وأهمها الجمع بين النص

١.د.حسني نصر ، الإعلام والإنترنت ، مصدر سابق ، ص ١٠٨

والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشفة ونسخ النصوص^{١٠} .
ومثال هذا النوع جريدة الأهرام المصرية والرياض السعودية والبيان الإماراتية .

(٤) صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين ، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية ، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة ، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة ، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها .
ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفة المستقبل والنهار اللبنايتين .

ثالثا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة :

(١) صحف مصرية وهي التي تبث عبر الإنترنت من داخل مصر ، وهي:

الصحيفة	اللغة	طبيعة النص
الأهرام	العربية	نص فائق
الجمهورية	العربية	نص فائق
الأخبار	العربية	نص فائق
الأهرام العربي	العربية	نص فائق
الأهرام المسائي	العربية	نص فائق
الأهرام الاقتصادي	العربية	نص فائق
الشباب	العربية	نص فائق
نصف الدنيا	العربية	نص فائق
الأهرام الرياضي	العربية	نص فائق
السياسة الدولية	العربية	نص فائق
أخبار اليوم	العربية	نص فائق
أخبار الرياضة	العربية	نص فائق
أخبار الأدب	العربية	نص فائق

^{١٠} المصدر نفسه ، ص ١٠٨

أخبار السيارات	العربية	نص فائق
أخبار الحوادث	العربية	نص فائق
بلبل	العربية	نص فائق
الشعب	العربية	نص فائق
الوفد	العربية	نص فائق
الأهالي	العربية	نص فائق
الأسبوع	العربية	نص فائق
آفاق عربية	العربية	نص فائق
مصر اليوم	العربية	نص فائق
الموقف العربي	العربية	نص فائق
المساء	العربية	نص فائق
العلم	العربية	نص فائق
حريتي	العربية	نص فائق
عقيدتي	العربية	نص فائق
شاشتني	العربية	نص فائق
المنار	العربية	نص فائق
ملخص الصحافة	العربية	نص فائق
آخر ساعة	العربية	نص فائق
الأهرام ويكلي	الإنجليزية	نص فائق
اجيبشان جازيت	الإنجليزية	نص فائق
لوبروجريه اجيبسان	الفرنسية	نص فائق
الأهرام ابدو	الفرنسية	نص فائق

جدول رقم (٢) صحف مصرية على شبكة الإنترنت

(٢) صحف عربية تصدر من دول عربية ، وهي :

الدولة	الصحيفة	اللغة	طبيعة النص
الجزائر	الشعب	العربية	نص محمول PDF
	الوطن	الفرنسية	نص فائق HTML
	الخبر	العربية	نص محمول PDF
	المجاهد	الفرنسية	نص فائق HTML
	اليوم	العربية	نص محمول PDF
	هوروزون	الفرنسية	نص فائق HTML
	جونيو اندبندنت	الفرنسية	نص فائق HTML

	لا تربيون	الفرنسية	نص فائق HTML
	ليبريتيه	الفرنسية	نص فائق HTML
البحرين	أخبار الخليج	العربية	صورة GIF
	الأيام	العربية	نص فائق HTML
	بحرين تربيون	الإنجليزية	نص فائق HTML
	جولف ديلي نيوز	الإنجليزية	نص فائق HTML
العراق	عراق توداي	الإنجليزية	نص فائق HTML
الأردن	العرب اليوم	العربية	صورة GIF
	الدستور	العربية	نص فائق HTML
	الرأي	العربية	صورة GIF
	جوردن تايمز	الإنجليزية	نص فائق HTML
الكويت	السياسة	العربية	صورة GIF
	الوطن	العربية	نص فائق HTML
	القبس	العربية	نص فائق HTML
	كويت تايمز	الإنجليزية	نص فائق HTML
لبنان	الأثوار	العربية	نص محمول / نص فائق
	الكفاح العربي	العربية	صورة GIF
	المستقبل	العربية	نص محمول / نص فائق
	السفير	العربية	نص محمول PDF
	النهار	العربية	نص محمول / نص فائق
	لو اورينت ليجور	الفرنسية	نص فائق HTML
	نداء الوطن	العربية	نص فائق HTML
	دايلي ستار	الإنجليزية	نص فائق HTML
ليبيا	ليبيا : أخبار وآراء	العربية	نص فائق HTML
المغرب	الجريدة المغربية	الإنجليزية	نص فائق HTML
	الآباء	العربية	نص محمول PDF
	لوماتان دي صحراء	الفرنسية	نص فائق HTML
	مغرب عرب برس	الفرنسية	نص فائق HTML
	موراكو توداي	الإنجليزية	نص فائق HTML
عمان	الوطن	العربية	صورة GIF
	عمان	العربية	صورة GIF
	عمان اوبزرفر	الإنجليزية	نص فائق HTML
فلسطين	الأيام	العربية	نص فائق HTML
	الحياة الجديدة	العربية	صورة GIF

صورة GIF	العربية	القدس	
نص فائق HTML	العربية	الرأية	قطر
صورة GIF	العربية	الشرق	
نص فائق HTML	العربية	الوطن	
نص فائق HTML	الإنجليزية	جولف تايمز	
نص محمول PDF	العربية	المدينة	السعودية
نص فائق HTML	العربية	الرياض	
نص فائق/صورة	العربية	الجزيرة	
نص فائق HTML	العربية	المحيط	
صورة GIF	العربية	الرأي العام	السودان
صورة GIF	العربية	ألوان	
صورة GIF	العربية	الشارع السياسي	
نص فائق HTML	العربية	البعث	سوريا
صورة	العربية	الثورة	
نص فائق HTML	العربية	تشرين	
نص فائق HTML	الفرنسية	سوريا تايمز	
نص محمول PDF	الفرنسية	الصحافة	تونس
نص محمول PDF	الفرنسية	لابرس دي تونس	
نص محمول PDF	الفرنسية	لو رينو فو	
نص محمول PDF	الفرنسية	لوتمبس	
صورة GIF	العربية	الخليج	الإمارات
نص فائق HTML	العربية	البيان	
صورة GIF	العربية	الاتحاد	
نص فائق HTML	العربية	الجريدة	
نص فائق HTML	الإنجليزية	جلف نيوز	
نص فائق HTML	الإنجليزية	خليج تايمز	
نص محمول PDF	العربية	أخبار العرب	
نص فائق HTML	العربية	زهرة الخليج	
نص محمول PDF	العربية	الثورة	اليمن
نص محمول PDF	العربية	الأيام	
نص محمول PDF	العربية	الجمهورية	
نص محمول PDF	العربية	الطارق	
نص محمول PDF	العربية	٢٦ سبتمبر	

جدول رقم (٣) صحف عربية على الإنترنت

(٣) صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي :

صوت العروبة - أمريكا
مجلة عين اليقين - أمريكا
المنار الجديد - أمريكا
الحياة - بريطانيا
الزمان - بريطانيا
المحاذير - بريطانيا
الاندلس - اسبانيا
صحف عالمية F
قضايا الديمقراطية - أمريكا
أمين - أمريكا
الشرق الأوسط - بريطانيا
العرب - بريطانيا
المشاهد السياسي - بريطانيا
صحيفة الحقائق - بريطانيا
صحيفة السياسة - النرويج

(٥) صحف أجنبية .. وهي كثيرة جدا ، من أشهرها :

<u>2-Washington Post</u>	<u>27-USA Today</u>	<u>52-Diario Insular (pt)</u>	<u>77-Globe and Mail (ca)</u>
<u>3-Die Welt (de)</u>	<u>28-Sankai Shimbun (jp)</u>	<u>53-Granma Internacional (cu)</u>	<u>78-Naitonal Post (ca)</u>
<u>4-Yomiuri Shimbun(jp)</u>	<u>29-Chosun Ilbo (s.kr)</u>	<u>54-El Mundo (es)</u>	<u>79-Sun (ca)</u>
<u>5-The Times (uk)</u>	<u>30-Hurriyet (tr)</u>	<u>55-La Nacion (argentina)</u>	<u>80-Montreal La Presse (ca)</u>
<u>6-Vancouver sun</u>	<u>31-Eleftherotypia (gr)</u>	<u>56-Herald Sun (au)</u>	<u>81-Montreal Gazette (ca)</u>
<u>7-Montreal Gazette</u>	<u>32-Zhe Jiarig Daily (cn)</u>	<u>57-Clarín (ar)</u>	<u>82-Edmonton Journal (ca)</u>
<u>8-Nando Times</u>	<u>33-Int. Herald Tribune (fr)</u>	<u>58-NewYork Daily News</u>	<u>83-Al-Madina Newspaper</u>
<u>9-Berlin Online</u>	<u>34-Kerala Kaumudi (india)</u>	<u>59-Chicago Tribune</u>	<u>84-Iran Daily</u>
<u>10-Philadelphia Inquirer</u>	<u>35-Sabah (tr)</u>	<u>60-Long Island Newsday</u>	<u>85-Tehran News</u>
<u>11-Usa Today</u>	<u>36-Sichuan Ribao(cu)</u>	<u>61-Houston Chronicle</u>	<u>86-Israel National News</u>
<u>12-Le Monde</u>	<u>37-West Deutsche Zeitung</u>	<u>62-Morning News</u>	<u>87-Palestina Report</u>
<u>13-Washington Times</u>	<u>38-China Times (tw)</u>	<u>63-Chicago Sun Times</u>	<u>88-Jerusalem Post</u>
<u>14-Toronto Star (ca)</u>	<u>39-Jang Daily (pakistan)</u>	<u>64-Nihon Keizai (jp)</u>	<u>89-Jordan Times</u>
<u>15-Boston Globe</u>	<u>40-jang Lanore (pakistan)</u>	<u>65-SanFrancisco Chronicle</u>	<u>90-Yemen Times</u>
<u>16-Bild (de)</u>	<u>41-Daily Express (uk)</u>	<u>66-Kansas City Star</u>	<u>91-Egyptian Gazette</u>
<u>17-The Sun (uk)</u>	<u>42-Los Angles Times</u>	<u>67-Star Ledger</u>	<u>92-Chunichi Shimbun (jp)</u>
<u>18-China Daily</u>	<u>43-Daily Telegraph (uk)</u>	<u>68>Mainichi Shimbun (jp)</u>	<u>93-Africa News</u>
<u>19-ABC News</u>	<u>44-Verdens Gang (no)</u>	<u>69-Milliyet (tr)</u>	<u>94-East African</u>
<u>20-BBC</u>	<u>45-Corriere Della Sera (it)</u>	<u>70-Rocky Mountain News</u>	<u>95-Copesa (chile)</u>

كما تنقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبار المحتوى ومجال الاهتمام، واللغة ، والتخصص ، ودورية الصدور ، وهي التقسيمات التي تنسم بها الصحافة بشكل عام .

الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية

تعدّ مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت جذبا للقراء ، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston ، أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الإنترنت ، وهي نتيجة لم تكن متوقعة ، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة ، ووجدت لدراسة أن ١٠ صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار ، حيث تضاعف عدد زوارها إلى الضعف في ستة أشهر ، متجاوزة بذلك مواقع عالمية شهيرة ، وأوضحت أنها وجدت من قبل الزوار استعدادا لإنفاق المزيد من الأموال في سبيل الحصول على المعلومات من تلك المواقع ، إلا أنها أشارت إلى أن قراءة النسخة الإلكترونية سيؤثر على مبيعات الصحيفة المطبوعة نفسها ، مشيرة أنه لتعويض ذلك فإن تلك المواقع تقوم بالتوسع في نشر الإعلانات لأكبر قدر ممكن من الزوار اليوميين^١.

وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ، ومنها:^٢

(١) خدمة البحث :حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها ، أو داخل شبكة الويب ، وبعض الصحف، يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة (ستة أشهر مثلا) أو أقل أو أكثر ، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع ، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول

^١ Available online at :<http://www.albadrani.net.in24/1/2004>

^٢ د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ١١٠ : ١٢٣

على مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث ، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ، بل وتختلف هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية ، مثل موقع صحيفة الخليج الإماراتية .

(٢) خدمة البحث في الأرشيف Archives ، وتتصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول ، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية ، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها ، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها .

(٣) خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة ، وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات الصحيفة الإلكترونية ، فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة USA Today الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان Print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية ، وتتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس .

(٤) خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة ، من خلال نشر أسعار الإعلانات في الصحيفة الورقية ، وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها ، بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة ، كما تفعل جريدة الأهرام المصرية .

(٦) خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية ، وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية ، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة ، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان .

(٧) خدمة البريد الإلكتروني E-mail وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ، فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية 'إلى المحررين ، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقديم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع ، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا على بريد المستخدم ، وتهدف من وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام ، حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى .

(٨) خدمة مجموعات الحوار : وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها ، وتنقسم مجموعات الحوار إلى :

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير .
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم ، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة ، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا ، وغيرها .

(٩) خدمة الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة ، وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور ، ودون الدخول في تفاصيل الموقع .

(١٠) خدمة خريطة الموقع Sit map وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم ، خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات ، مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

(١١) خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا FAQ (Frequently Asked Question) وتتضمن الإجابة عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع ، وتمثل هذه الخدمة خدمة المساعدة help التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها .

- (١٢) خدمة الربط بالمواقع الأخرى Related sites وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له ، وغالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة ، أو بينها وبين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين .
- (١٣) خدمة الإعلانات المبوبة ، وتشمل هذه الخدمة إعلانات السيارات والمزادات وإعلانات الوظائف الخالية ، وإعلانات العقارات ، وإعلانات المشاركة في خدمات خاصة ، وخدمات التسوق Shopping^١.

سمات الصحافة الإلكترونية :

- وتتسم الصحافة الإلكترونية عن مثيلتها الورقية بعدد من السمات أهمها :
- (١) التفاعلية : حيث تستخدم الصحف الإلكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكتيك النص المترابط أو الفائق Hypertext الذي يتضمن وصلات Links لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (تعريف - سيرة ذاتية - معلومات خلفية - آراء سابقة - موضوعات ذات صلة)^٢
- وتنقسم التفاعلية Interactivity إلى قسمين :
- أ - اتصال تفاعلي مباشر ، مثل مشاركة القراء في غرف الحوار Chatting ونشر بعض الصحف لمضمونها ، وخدمة المراسل Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين مسئول الصحيفة ومحرريها ومراسليها .
- ب - اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الإلكتروني ، والاستفتاءات أو المنتديات الحوارية والقوائم البريدية^٣.

^١ المصدر نفسه ، ص ١١٠

^٢ د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات ، مصدر سابق ، ص ٢٧١

^٣ عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر ، إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت ، دراسة تقويمية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم عن الصحافة العربية وتحديات المستقبل (القاهرة : ٨ ، ٩ مايو ٢٠٠٢) ص ١١

(٢) العمق المعرفي ..حيث تتسم الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية بالعمق والشمول ويتحقق ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف ، فلا ترتبط الصحف الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة ، فتقدم خدمات إضافية من شأنها تقديم خلفيات للأحداث ، وربطها بالقضايا المتعلقة بها ، ويتمثل ذلك في :

- تصفح موضوعات ذات صلة بالموضوع الذي يطالعه القارئ
- إمكانية العودة لأرشيف الصحيفة ، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية العودة لأعدادها الماضية بفترات زمنية متفاوتة .
- النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة للاطلاع على مزيد من المعلومات .
- الاطلاع على عدد من بعض الطباعات التي تصدرها الصحيفة كالطبعة الدولية مثلا .

(٣) المباشرة والتحديث المستمر : ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية Online تستهدف إحاطة متصفحيها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات ، وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة والفورية إحدى أهم سماتها .

(٤) تعدد خيارات التصفح : حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضافت اهتماماتها ، ما تتطلع إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية ، إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقا لما تطلب ، وهي التي يطلق عليها Newspaper-onDemand ، كما يطلق عليها الصحف الافتراضية ، وهي الصحف التي تتحدد المواد التي تنشرها بناء على الحاجات الاتصالية الخاصة بقرائها .

(٥) سهولة التعرض : حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور ، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل ما يبذل فيها من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد ، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها ، فقد أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب ، ذلك أن أفراد هذا الجيل " يهتمون بالإنترنت ، ويميلون إلى تلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق " وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال الالتزام بالسمات التحريرية المميزة لمضامين الصحف الإلكترونية ، إضافة إلى أهمية دعم هذه المضامين من خلال لغة ميسرة ووسائل متعددة^١.

(٦) إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى ٢٤ ساعة ، بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة اليومية الورقية^٢.

(٧) أنها تصدر في الوقت الحقيقي لتحريرها real time^٣ ، بخلاف الصحيفة الورقية التي تستغرق عملية توصيلها للقارئ وقتاً طويلاً من خلال شبكة التوزيع والنقل للجريدة أو المؤسسة التي تنتمي لها .

(٨) أنه لا توجد مشكلة في المساحة في الصحافة الإلكترونية حتى تختصر الموضوعات كما يحدث أحياناً في الصحف الورقية.

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن بعض هذه السمات كانت وراء تفضيل قراء الصحف الإلكترونية لهذا النوع من الصحف ، وسبباً لرضائهم عنها ، وحددت بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث أنهم في الغالب ذكور وشباب ، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة

^١ المصدر نفسه ، من ص ١١ إلى ص ١٦ بتصرف .

^٢ د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ، ١٠٤

^٣ د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات ، مصدر سابق ص ٢٧١

كبرى منهم ، وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي ، وعزا قراء الصحف الإلكترونية سبب رضاهم عنها إلى :

- أنها متوافرة طول اليوم.
- لا تحتاج إلى دفع رسوم .
- تمكنهم من متابعة الأخبار في أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم

وبالرغم من أن كثيرين أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعض مواقع الصحف ، أو مشكلات عدم رضا عن المحتوى الرسمي لبعض الصحف إلا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى معقولا من الرضا عن هذه الصحف.¹

مقومات نجاح الصحافة الإلكترونية :

يحدد مقدار نجاح الصحيفة الإلكترونية بمقدار ما يتوافر فيها من سمات الصحافة الإلكترونية ، وما تستخدمه من إمكانيات متوافرة على شبكة الإنترنت ، كما يتطلب ذلك أيضا ما يلي :

(١) الوعي بطبيعة الوسيلة ، فالصحف الإلكترونية تعد وسيلة جديدة لها سماتها الاتصالية والشكلية الخاصة ، ولها جماهيرها الخاصة التي تتطلع إلى خدمات صحفية تشبع حاجاتها الاتصالية ، وعلى القائمين على هذه الوسيلة إدراك أنها تتوجه لجماهير محددة ، تختلف في سماتها الديموجرافية وحاجاتها الاتصالية عن جماهير الصحف الورقية .

(٢) السعي لأسواق إعلانية جديدة ، بحيث ينظر القائمون عليها إلى الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلانية قائمة بذاتها ، وأن الإعلان فيها

¹دراسة أجراها د. فايز الشهري والباحث البريطاني بروفيسور باري فنتر رئيس قسم البحث العلمي بكلية الصحافة بجامعة شيفيلد ببريطانيا ، ويمكن الاطلاع على ملخص لها على الموقع التالي : <http://www.emerald.in.sight.com/0001-253x.htm> Access on 14/5/2004

- ذو صفة خاصة تختلف عن الإعلان في النسخة الورقية من حيث الانتشار ، والتفاعلية ، والوسائط المتعددةالخ
- (٣) التوجه نحو تكاملية الأداء مع الصحافة المطبوعة (بالنسبة للصحافة الإلكترونية ذات الأصل المطبوع) بحيث يسهم الإعلام الإلكتروني والمطبوع في تقوية بعضه البعض ^١ .
- (٤) ضرورة فصل الجهاز التحريري لكل من الصحافة الإلكترونية والورقية ، نظرا لاختلاف طبيعة الوسيلتين .
- (٥) خلق موارد مالية جديدة ، وذلك من خلال إعداد الدراسات والحملات الإعلامية المتوجهة للمعلنين لتشجيعهم على الإعلان في مواقع الصحف الإلكترونية .

^١ محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة ، مصدر سابق ، ص ١٢

المبحث الثالث

تطور الصحافة الإلكترونية

شهد الميدان الصحفي عدة محاولات لتوصيل الصحيفة إلى قرائها عبر الوسائل الإلكترونية ، بغية توفير الوقت الذي تستغرقه عملية توصيل الصحيفة إلى القراء عبر شبكات التوزيع .

فمنذ نحو خمسين عاما كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس ، وكانت النسخة تكلف من خمسين إلى مائة دولارا ، كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديو تكتس Videotext في بداية الثمانينيات ، وذلك باستخدام خطوط التليفون ليتم استقبالها على شاشات التليفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري ، ولكن انخفاض وضوح الصورة ، بالإضافة إلى بطء الاستعراض جعل قراءة الصحف عملية صعبة ، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيرا من استقبالها بهذه الطريقة ، كما بدأت بعض الشركات في الثمانينيات مثل كمبيوسرف CompuServe في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية في الولايات المتحدة في إطار تجريبي ، ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية ، ولأنها لم تجد مستهلكين كافيين لاستمرارها .^١

و منذ الربع الأول لتسعينيات القرن الماضي ثم الانفجار الواضح المتمثل في زيادة عدد الصحف وخدمات الأخبار على الشبكة من عدد لا يزيد على أصابع اليد في التسعينيات إلى عدة آلاف في نهاية التسعينيات ثم خروج صحافة الإنترنت والخدمات الإخبارية في الشبكة إلى خارج الولايات المتحدة وظهورها في جميع بلدان العالم تقريبا وبمختلف اللغات.

وكانت بداية استخدام الحاسوب في الصحافة إبان الستينيات، من القرن الماضي إذ تم إصدار أول صحيفة عولج محتواها كاملا بالحاسوب في جامعة كارولينا الشمالية بالولايات المتحدة الأميركية. تبع ذلك تقديم "خدمات حاسوبية صحفية" بالطلب

^١د.حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، الصحافة الإلكترونية ، مصدر سابق ، ص ٩٢

الهاتفي عام ١٩٨٠ لتنتقل الصحف في السنوات اللاحقة من تقديم خدمات قواعد البيانات والخدمات الإخبارية إلى تقديم لوحة النشرات الإلكترونية عام ١٩٨٥.

ويعتبر نظام النشرة الإلكترونية أول أداة تفاعلية عبر الحاسوب الشخصي، وهي تسمح لجهازين بالاتصال مع بعضهما بالمودم عبر خطوط الهاتف¹.

وبانتشار الإنترنت في التسعينيات بدأت الصحف في التواجد على الشبكة الدولية للمعلومات ، وساعد على ذلك عدة أسباب :

(١) أن الصحف المطبوعة كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة .

(٢) زيادة تكلفة الإنتاج والتوزيع .

(٣) انخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعلنين إلى وسائل إعلان أخرى .

وكانت الدوافع التي قادت الصحف المطبوعة إلى الدخول عالم النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي :

(١) أن الصحف أرادت أن تحجز لها مكانا على الطريق السريع للمعلومات Information Super Highway إلى حين تقرر كيف يمكنها تحقيق ربح مادي عن طريق النشر الإلكتروني .

(٢) أن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال خوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة .

ففي أوائل التسعينيات اتجهت الصحف إلى البحث عن وسائل لتوزيع المعلومات إلكترونيا ، فارتبط بعضها بشركات تقديم خدمات الإنترنت ، وجرب البعض الآخر إرسال نسخ بالفاكس إلى القراء ، وتقديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر ، كما حاولت بعض الصحف إنتاج أقراص ممغنطة CDs تحوي أعدادها السابقة ، بالإضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمة

¹accessor: 31/7/2005 <http://www.alsakher.com/vb2/showthread.php?t=77100>

الصحفية باستخدام الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني ، واستمرت هذه المحاولات على هذا النحو حتى ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية (الويب) الذي أدخل الصحافة عصر التوزيع الإلكتروني الجماهيري ^١.

وهناك خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الإلكترونية الأولى التي ظهرت على شبكة الإنترنت ، فقد رأى الدكتور محمود علم الدين أن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت ، حيث تعد السويد من الدول التي لها نشاط كبير في الإنترنت مثل الولايات المتحدة وكندا وأستراليا ^٢ ، ووافقه في ذلك الرأي الدكتور جواد الدلو ^٣.

في حين يرى الدكتور حسني نصر أن صحيفة تريبيون Tribune الأمريكية التي تصدر من ولاية نيو مكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج إلى الإنترنت وتؤسس لها موقعا على الشبكة في عام ١٩٩٢ م ^٤ ، ووافقه هذا الرأي جمال غيطاس رئيس تحرير مجلة لغة العصر الصادرة عن مؤسسة الأهرام، أخذا عن بحث حول تاريخ الصحافة الأمريكية نشره الباحث الأمريكي مارك ديويز ^٥ ، كما كانت صحيفة يو إس إيه توداي USA Today الأمريكية اليومية أول صحيفة كبرى تخرج إلى الإنترنت مستخدمة تكنولوجيا النص الفائق ، حيث أتاحت للمستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى ، وإلى الأقسام المتعددة للصحيفة مثل العناوين الرئيسية والصور والأبواب المتخصصة مثل المال والاقتصاد والرياضة وأحوال الطقس.... الخ ^٦.

^١ حسني نصر ، مصدر سابق ، ص ٩٣

^٢ د. محمود علم الدين ، محمد تيمور عبد الصيبي ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، ١٩٩٧م) ص ١٥٥

^٣ د. جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية بالقاهرة ، جامعة الأزهر (القاهرة : العدد ٢٠ ، ١٤٢٢هـ ، ٢٠٠٢م) ص ١٢٧٨

^٤ د. حسني نصر ، مصدر سابق (٢٠٠٣) ، ص ٩٤

^٥ جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة : المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، العدد ١١٤ ، يناير - مارس ٢٠٠٤) ص ٢١٨

^٦ حسني نصر ، مصدر سابق ، ص ٩٤

وبدأت الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت في منافسة الصحف المطبوعة منذ أن قامت مجلة نيوزويك News Week الأمريكية واسعة الانتشار بمتابعة فضيحة الرئيس الأمريكي بيل كلينتون مع مونيكا لوينسكي عبر موقعها على الإنترنت ، وقبل الموعد الأسبوعي لصدور المجلة ^١.

وفي عام ١٩٩٣ كان هناك ٢٠ صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات تنشر إلكترونياً ، وبمرور الوقت ، وفي منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة .

وفي بداية ١٩٩٦ كان على الشبكة نحو ١٥٤ صحيفة إلكترونية

وفي أكتوبر ١٩٩٦ وصل الرقم إلى ١٥٦٢ صحيفة إلكترونية

وفي منتصف ١٩٩٧ وصل إلى ٣٦٢٢ صحيفة إلكترونية

وفي نهاية عام ١٩٩٧ بلغ عدد الصحف على الشبكة ٤٠٠٠ صحيفة إلكترونية وبحلول عام ٢٠٠٢ كان هناك نحو ٥٠٠٠ صحيفة إلكترونية على الإنترنت ^٢.

الصحف الإلكترونية في العالم العربي :

دخل العالم العربي مجال الإنترنت دون أن يتأخر كثيراً عن العالم ، وربما تكون الإنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة ، بالقياس إلى انتشار الطباعة والراديو والتلفزيون في العالم العربي ، ففي التاسع من سبتمبر ١٩٩٥ توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الإنترنت وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور ، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة

^١ جمال زائدة ، موت الرقابة ، جريدة الأهرام المصرية عمود أحداث في الأخبار ، العدد ٤١٢٥٢ بتاريخ ١٦/٢/١٩٩٩م

^٢ حسني نصر ، مصدر سابق (٢٠٠٣) ص ٩٣

ابتداء من ١ يناير ١٩٩٦ ، تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو ١٩٩٦
والسفير في نهاية العام نفسه^١.

ثم توالى الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت ، حتى
أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفيها - أو بعضها - على شبكة
الإنترنت.

وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت إلا أن
بعض الدراسات تشير إلى أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات
الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية
عالميا ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية
وعدد الدول والسكان في الوطن العربي ، حيث تواضع نسبة عدد مستخدمي
الإنترنت العرب قياسا إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي ، وبينت
الدراسة إلى أن ضعف البنية الأساسية لشبكات الاتصالات ، إضافة إلى بعض
العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية قد أخرت الاستفادة من خدمات شبكة
الإنترنت ، وأثرت بشكل رئيس على سوق الصحافة الإلكترونية ، وبينت
الدراسة أنه في ظل التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت ، وظهور الأجيال
الجديدة التي لا تقبل على الصحف المطبوعة وجدت الصحف العربية أنه من
غير الممكن تجاهل شبكة الإنترنت برغم غياب التخطيط ودراسة الجدوى ،
وعدم وضوح مستقبل الصحافة الإلكترونية أمام الناشرين العرب^٢.

ويضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام
الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الإنترنت، حيث أكدت
بعض الدراسات أن المضمون المنشور في النسخ الإلكترونية لصحف الأهرام
والأخبار والجمهورية مقارنة بالنسخ المطبوعة واحد لم يتغير إلا تغيرا طفيفا
في بعض عناوين الأهرام ، وما عدا ذلك لا تغير فيه إلا في طريقة الإخراج

^١ السيد بخيت ، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين ؟ بحث منشور ضمن كتاب بحوث في الصحافة المعاصرة (القاهرة : العربي

للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) ص ١٢١

^٢ www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm accesson 20/1/2004

على شاشة الحاسب الآلي التي تختلف بالضرورة عن بسط المادة الصحفية على مساحة الصفحة الورقية ، وهكذا فإن تشابه المضامين في النسخ المطبوعة مع محتوى نظائرها الإلكترونية إلى حد كبير لا يضيف تميزاً للمضامين الإلكترونية^١.

وأشارت بعض الدراسات إلى أن المشاكل اللغوية تعوق تطور وانتشار المواقع العربية، بسبب عدم الاتفاق على مقياس معياري موحد لجداول الحروف العربية، أما على الصعيد التكنولوجي الرقمي فهناك هوة تفصل دول العالم المتقدم عن دول العالم النامي. فحسب إحصائيات نوا للإنترنت (NUA INTERNET SURVEY.HOW MANY ONLINE) التي تدير وتنتشر الإحصائيات المختلفة عن الإنترنت، هناك ١,٢٩ مليون مستخدم في الشرق الأوسط بما فيه تركيا والأراضي المحتلة مع بداية عام ٢٠٠٠ مقابل ١٣١,١ مليوناً في الولايات المتحدة وكندا من مجموع ٢٤٦,٦ مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم، الأمر الذي يبين حجم الفجوة الرقمية بين دول العالم المتقدم ودول العالم النامي ، ويقول تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٢ الصادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إن المنطقة العربية تأتي في ذيل القائمة العالمية فيما يخص عدد مواقع الإنترنت وعدد مستخدمي الشبكة. أما نسبة العرب من مستخدمي الإنترنت فهي ٠,٥% من مستخدميها على المستوى الكوني، علماً بأن العرب يمثلون أكثر من ٥% من سكان العالم، وبالتالي فإن الصحافة العربية على شبكة الإنترنت ما زالت قاصرة عن استخدام أساليب ومميزات النشر الإلكتروني، ولم يتبلور إدراك كامل لطبيعة الصحيفة الإلكترونية، كما أن الصحافة العربية ما زالت في مرحلة البداية بالنسبة لوجودها في الشبكة، إذ ما زالت ذهنية النشر الورقي هي السائدة في معظم الصحف، وغالبية هذه الصحف لا يتم تحديثها على مدار الساعة بل هي نسخة إلكترونية للصحيفة التي صدرت في الصباح مما أدى إلى إهمال الإمكانات التفاعلية للإنترنت، وما زالت بعض المواقع تنشر مادتها بصيغة الصورة مما أفقدها ميزة أرشفة

١. د. محمد عبد الحكيم محمد ، مصدر سابق ، ص ٣٤

المعلومات وإمكانية قص وأصق المادة لمن يريد. إن الصحافة العربية على الإنترنت لا يمكن أن تنشأ دون هدف ودون جذور ودون فهم لطبيعة النشر الصحفي في الشبكة، فلا بد من التخطيط لإنشاء الصحيفة بشكل متكامل تتضح عبره أهداف الصحيفة وغايتها. كما لا يمكن أن تنشأ وتتطور بمعزل عن حزمة من المؤثرات والتطورات في البنى التحتية للاتصالات والحاسوب في العالم العربي، لذلك يجب أن تتطور هذه البنى بما يسمح بإنشاء صحافة إنترنت عربية تتماشى مع خصائص وتقاليد هذا النوع من النشر الصحفي.¹

يتضح مما سبق أن الصحافة الإلكترونية العربية - بشكل خاص - تواجه عدة تحديات تعوق تميزها ، ومنافستها لمثيلاتها الأجنبية ، وأهم هذه التحديات هي :

- (١) ضعف عائد السوق (القراء والمعلنين) .
- (٢) عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطباعات الإلكترونية .
- (٣) المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي أصدرت لها طباعات إلكترونية منافسة باللغة العربية .
- (٤) عدم وضوح مستقبل النشر عبر الإنترنت في ظل عدم وجود قاعدة (مستخدمين) جماهيرية واسعة .²

¹د.عباس مصطفى صادق "صحافة الإنترنت... قواعد النشر الإلكتروني الصحفي الشبكي" القواعد الأولية للنشر على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، <http://www.alsakher.com/vb2/showthread.php?t=77100>،
accesson31/7/2005
²www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm

الصحافة الإلكترونية في مصر :

وعلى مستوى الصحافة المصرية :

- فإن صحيفة الجمهورية التي تصدر عن دار التحرير للطبع والنشر هي أول صحيفة مصرية تنشر نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت وذلك في تاريخ ١٦ فبراير ١٩٩٧ م .
 - وتلتها جريدة الأهرام بإنشاء موقع لها على الشبكة في ٥ أغسطس ١٩٩٨ م .
 - وتأخرت جريدة الأخبار في إنشاء موقع لها إلى ٣٠ يونيو ٢٠٠٠ م ومرت هذه الإصدارات الإلكترونية الثلاثة ببث تجريبي في الأشهر الأولى ، ظلت الجمهورية ستة أشهر في بث تجريبي ، وكذلك الأهرام ، أما الأخبار فقد ظلت في البث التجريبي ثلاثة أشهر فقط ، وكان لها جميعا الاستقرار والثبات في الشكل والتحميل ، وكانت التقنية المستخدمة في البداية هي تقنية الصورة ، وسرعان ما عملت المؤسسات الصحفية الثلاثة التي تصدر هذه الصحف الإلكترونية على تحديث الأنظمة ، وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطورا كالنص الفائق ، واستخدام الوسائط المتعددة في بعض الموضوعات .^١
- وقد كان هدف ظهور الصحف الإلكترونية المصرية على شبكة الإنترنت ما يلي :

- (١) جذب جيل جديد يتواصل مع النسخة المطبوعة .
- (٢) الانتشار الأوسع للنسخة المطبوعة .
- (٣) تغطية نقص النسخ المطبوعة في بعض مناطق التوزيع في الداخل والخارج .
- (٤) مواكبة تقنيات النشر الإلكتروني .

^١د.محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية الأخبار والأهرام والجمهورية : مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨،٩ أبريل ٢٠٠٣ م) ص ٣٢

(٥) تحقيق عوائد مادية من الإعلانات الإلكترونية^١.

وتوالى بعد ذلك إنشاء مواقع لصحف مصرية كثيرة ، فقد حملت المؤسسات القومية كل إصداراتها تقريبا على الشبكة ، كما دخل ميدان النشر الإلكتروني صحف كثيرة أدركت أهمية التواجد بشكل فوري على الإنترنت ، مثل جريدة الوفد والأسبوع واللواء الإسلامي وآفاق عربية ، وغيرها من الصحف المصرية .

تحديات الصحافة الإلكترونية المصرية :

بالرغم مما حققته الصحافة الإلكترونية في مصر من تطور في الخمس سنوات الأخيرة بالقياس إلى دول عربية أخرى ، إلا أن واقع الصحافة الإلكترونية في مصر يواجه عددا من التحديات ، منها :

أولا : **تحديات في المفهوم** ، وتتمثل في :

- عدم وضوح الرؤية لدى كثير من العاملين في المجال الإعلامي عن مفهوم الصحافة الإلكترونية .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض القائمين على الإنترنت حول صحفية المواقع ، وربما ساعد على ذلك أن هذه المواقع تصدر من خلال شركات مساهمة لها أنشطة وأعمال مختلفة .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض المؤسسات الصحفية حول طبيعة الموقع الصحفي ، و تسند عمليات تأسيس مواقع لها إلى فنيين ومبرمجين ومن ليس لهم علاقة بالعمل الصحفي أو الفكري^٢.

ثانيا : **تحديات في التدريب والتطوير** ، ويتمثل ذلك في تأخر العاملين في المؤسسات الصحفية في تطوير المهارات الصحفية والفنية التي تمكن الصحفي من

^١ المصدر السابق نفسه ، ص ٣٣ ، من خلال مقابلات مع مسؤولي الإصدارات الإلكترونية في الأخبار والأهرام والجمهورية .
^٢ هشام جعفر ، الصحافة الإلكترونية في مصر الواقع والتحديات ، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة ، العدد ١١٤ ، يناير - مارس ٢٠٠٤) ص ٢٥٣

العمل في الصحافة الإلكترونية ، وعدم وجود مؤسسات أو برامج تدريبية لتدريب وتطوير إمكانيات المحرر بالعمل على مواقع الإنترنت .

ثالثا : **تحديات تمويلية** : حيث لم تظهر حتى الآن صحف إلكترونية تعتمد على مصادرها الذاتية دون الاعتماد على المؤسسة التي تتبعها ، ومعظم الصحف الناجحة تابعة لمؤسسات تجارية أو غير هادفة للربح تقوم بالإففاق عليها لأغراض تجارية أو تسويقية أو دعوية .

رابعا : **تحديات أكاديمية** ، فرغم محاولات بعض المؤسسات الأكاديمية بتدريس مبادئ الصحف الإلكترونية من خلال بعض المقررات ، فإن الدراسات ما زالت حديثة ، ويطغى عليها الجانب النظري الذي لم يدمج بين النظرية والتطبيق .

خامسا : **تحديات الاعتراف** ، فما زالت الصحافة الإلكترونية غير معترف بها على المستوى الرسمي المتمثلا في المجلس الأعلى للصحافة أو نقابة الصحفيين ، فلا تسمح النقابة للعاملين في الصحافة الإلكترونية بالانضمام إليها بصورة أو بأخرى ، كما لا تشمل جوائز العمل الصحفي على المستوى المصري العربي قوالب الصحافة الإلكترونية .¹

¹المصدر السابق نفسه ، ص ٢٥٤

المبحث الرابع

مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية

حينما تظهر وسيلة إعلامية جديدة ثمة تساؤلات تطرح وتثار ، عن مزايا وسلبات الوسيلة الجديدة ، وأثرها على الوسيلة التقليدية (القديمة) بالقياس إلى الوسيلة الجديدة ، وهذا ما حدث حين توصل العقل الإنساني إلى الراديو والتلفزيون ، وثارَت مناقشات حول درجة تأثيرهما على الصحافة المطبوعة على الورق ، وهو ما يحدث الآن من جدل حول مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية بشكلها التقليدي ، والصحف الإلكترونية بإمكانياتها المتعددة .

ومن شأن الصحف الإلكترونية طرح الفرضية التالية :

تعدد خيارات وصول الناس إلى أوعية المعلومات ومصادر الأخبار الإلكترونية ، بالإضافة إلى حرية التحكم في شكل ومضمون الوجبة الاتصالية التي سمحت بها التقنية الحديثة ، ربما تكون هي أبرز العوامل التي تحدد شكل ومستقبل الإقبال على هذه الوسائل الجديدة ، وبالتالي نمط العلاقة مع الصحافة التقليدية ، والقضية وإن بدت قضية حرية اختيار من جهة القارئ ، وتنافس على إرضائه من قبل الصحف ، ربما تتجاوز مفهوم حلول وسائل الإعلام الجديدة مكان القديمة إلى علاقة أقل التزاما من القارئ المستهلك ، وأخف إلزاما من جهة حارس البوابة في الصحيفة الذي تمتع طويلا بوظيفة تحديد اهتمامات القراء بالنيابة عنهم ، وكأن هذا كله يبشر بعلاقة ندية بين المستهلك والمنتج ، تتحرك بانسيابية وهدوء ، على الرغم من أنها في حقيقتها تحمل بذور ثورة مفاهيم شاملة من حيث قدرتها على تبديل الأدوار ، واكتساح العديد من قواعد النشر وأساليب توزيع المعلومات والأخبار المعهودة¹.

وقبل بيان العلاقة بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ينبغي إيضاح حالة الصحف الورقية قبيل و أثناء ظهور الصحافة الإلكترونية ، فقد أكد كثير من الباحثين أن الصحف الورقية تشهد أزمة في الوقت الراهن ، نظرا لشراسة المنافسة بينها وبين القنوات التلفزيونية الفضائية ، أو لظهور منافسين جدد على الساحة الإعلامية .

¹فايز بن عبد الله الشهري ، جريدة الرياض بتاريخ ٢٠٠٣/٩/٧ م Available in www.fayez.net

ومن مظاهر أزمة الصحف الورقية :

(١) اختفاء عدد من الصحف المطبوعة على مستوى العالم بشكل عام ، وفي الولايات المتحدة وأوروبا الغربية بشكل خاص - وهو ما يفسر أن اختفاءها جاء لأسباب اقتصادية - أو اندماجها مع صحف أخرى ، وبالرغم من أن عدد الصحف التي اختفت ما زال قليلا قياسا بعدد الصحف في الولايات المتحدة ، إلا أن ذلك يعد مؤشرا خطيرا على إمكانية اختفاء الصحف المطبوعة خلال العقدين القادمين .

(٢) تناقص توزيع الصحف ، وهذا ما أكدته الدراسات التي أجريت على الولايات المتحدة وأوروبا أيضا خلال فترة التسعينيات ، وبالرغم من أن تقرير الرابطة الدولية للصحافة يشير إلى أن سوق الصحافة الأمريكية قد شهد استقرارا نسبيا مع تناقص قليل في التوزيع خلال عام ٢٠٠٠م ، إلا أنه لا يمكن القول اعتمادا على هذا التقرير أن الصحافة الأمريكية لم تعد تواجه خطر تناقص التوزيع^١، وهو ما يعني وجود أزمة نشر ، وتبدو ملامح هذه الأزمة في العالم الثالث بشكل يوضح الفجوة الكبيرة بينه وبين الدول المتقدمة ، فقد شكلت الدول المتقدمة في السنين الأخيرة حوالي ٢٠% من مجموع السكان في العالم، لكنها أصدرت أكثر من ٧٠% من الكتب في العالم، الثالث الذي يشكل حوالي ٨٠% من سكان العالم لكنه مع ذلك ينتج وينشر أقل من ٣٠% من الكتب في العالم، في حين أن أوروبا التي يسكنها ١٥% من سكان العالم فقط لكنها مع ذلك تنتج وتنتشر أكثر من نصف الكتب الصادرة في العالم^٢

(٣) تناقص دخل الصحف من الإعلانات ، حيث تشير دراسة نشرتها مجلة كولومبيا للصحافة أن حجم الإنفاق الإعلاني على شبكة الإنترنت قفز من ١,٩ مليار دولار عام ١٩٩٨م ، إلى ٤,٦ مليار دولار في أواخر

^١ سليمان صالح ، مستقبل الصحف المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (جامعة

القاهرة : كلية الإعلام ، العدد ١٣ ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١م) ص ١٠٧

^٢ أزمة النشر في العالم الثالث ، إحصاءات من موقع www.darislam.com

access on 4/8/2004

عام ١٩٩٩م ، وقد تعرضت الصحافة العربية المطبوعة لعدد من التحديات في فترة التسعينيات من القرن الماضي أهمها ظهور الفضائيات العربية ، وتطور وسائل متخصصة في الإعلان ، مثل الجداريات واللوحات الإعلانية على جوانب الطرق ، والتسويق المباشر ، وأدى ذلك إلى إعادة توزيع ما يسمى بالكعكة الإعلانية ، أي ما ينفق على الإعلانات (والتي يقدر حجمها في العالم العربي بحوالي ٢ مليار دولار سنويا) كانت حصة الصحف منها ٤٢% ، والتلفزيون ٣٨% ، والمجلات ١٥% ، والراديو ٢% ، واللوحات ٣% ، أما الإنترنت فينفق عليها من الإعلان في الوطن العربي حتى اليوم لا يزيد في أحسن الأحوال عن ٠,٥%^١.

(٤) نمو الصحافة الإلكترونية والخدمات الإخبارية على شبكة الإنترنت ، حيث ظهرت مواقع يصعب حصرها لصحف على الإنترنت ، وازداد حجم الاستثمارات في هذا المجال ، ففي تقرير أمريكي بين أن حجم الاستثمارات التقنية في عالم الاتصالات والمعلومات زاد بنسبة ٦% عام ٢٠٠٤ بما يوازي ١,٩ تريليون دولار بعد أن حققت الأرباح في هذا المجال أرباحا كثيرة ، ويشير التقرير إلى زيادة اعتماد الشركات التجارية على خدمات البريد الإلكتروني بنسبة ٣٠% ، ويوضح أن ٤٠ بليون رسالة يتم إرسالها يوميا عبر البريد الإلكتروني^٢.

(٥) ارتفاع تكلفة إصدار الصحف ، حيث زادت أسعار الورق ومستلزمات الطباعة على مستوى العالم ، بالإضافة إلى بعض القيود المالية التي تشترطها بعض الدول للموافقة على إعطاء الصحيفة المطبوعة إذن الصدور .

^١ ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، بتاريخ ٢٠١/١/٢م
www.aawsat.com

^٢ http://www.balagh.com

- (٦) قلة عوائد التوزيع ، حيث من المعروف في عالم الصحافة أن التوزيع يساهم بما نسبته ٢٥% من إجمالي تكلفة إنتاج الصحيفة وطباعتها ، والملاحظ أن هذه النسبة بدأت تتآكل وتقل بسبب زيادة تكلفة الإنتاج من ناحية ، وقلة عدد النسخ المباعة من ناحية أخرى .
- (٧) وجود جيل قديم تشبع بآليات صحفية سابقة يجب تطويرها وإعادة تأهيلها للتلاءم مع تقنية الصحافة الإلكترونية.

هل تلغي الصحافة الإلكترونية الصحافة الورقية ؟

هذا هو السؤال الذي ينبغي أن يطرح في هذا السياق ، وللإجابة عليه نجد أن الباحثين تباينت أقوالهم في تلك القضية ، واختلفت آراؤهم في حجم وطبيعة التأثير المتوقع للصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية .

وللإجابة على هذا التساؤل لابد أن يؤخذ في الاعتبار عدة أمور :

أولا : أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة ، بل تستوعبها وتطورها ، ويخرج من تفاعل الوسيطتين أو الوسائل معا وسيلة جديدة تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات ، فالطباعة استوعبت الكتابة وطورتها ، والصحافة المطبوعة لم تقض على الكتاب ، ولم تقض الإذاعة على الصحافة ، بل استوعبتها وأعطت لها أبعادا أخرى ، والسينما لم تقض على المسرح ولكنها دمجت في الدراما السينمائية ، والتلفزيون لم يقض على الإذاعة المسموعة ولا على السينما ، بل استفاد منهما وتجاوز إمكانياتهما إلى الأحدث ، وجاء الفيديو لكي يستوعب داخله السينما والمسرح والتلفزيون ، وجاء بعد ذلك الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer mediated Communication لكي يتضمن كل الأشكال السابقة حيث نجد داخله كل الخدمات التي تتيحها شبكة الإنترنت .

ثانيا : أنه بالرغم من التشابه بين وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية في عديد من السمات ، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة ، وأبرزها التفاعلية ، والاجماهيرية ، واللاتزامنية .

ثالثا : أن أية وسيلة اتصال مستحدثة في المجتمع تمر بثلاثة مراحل في التبنى والاستخدام ، وهي :

- (١) المرحلة الصفوية : حيث تستخدم على نطاق الصفوة لأسباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام ، والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل .
 - (٢) المرحلة التخصصية : حيث تبدأ في الانتشار على مستوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معين .
 - (٣) المرحلة الجماهيرية : حيث تبدأ الوسيلة في الانتشار وسط قطاعات كبيرة من الجماهير نتيجة لبساطة الاستعمال ، و رخص التكلفة ، والفائدة الشخصية ، ويصاحب ذلك الإنتاج الجماهيري لتلك الوسائل ، وقد مر التلفزيون والفيديو والفاكس بتلك المراحل ، وتمر بها الأنظمة المستعينة بالحاسبات الآلية وشبكات المعلومات كالصحافة الإلكترونية .
- رابعا : أن الصحافة الورقية تواجه عدة تحديات خطيرة في الوقت الراهن ، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية ، أو البيئية ، أو تحديات أخرى .
- خامسا : أن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعطيه الخدمة الأشمل والأكثر جاذبية بأقل جهد مبذول ، وبأقل تكلفة .
- سادسا : أن المطبوع بشكل عام ، والكتاب والجريدة بشكل خاص ما زال لهما طريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية ، أو قطاعات كبيرة منها ^١ .

ورغم ذلك نجد من توقع نهاية عصر الصحف الورقية في خلال ربع قرن : " ومع ظهور الإنترنت بدأت المنافسة الحقيقية للصحف الورقية ، فقد أصبح لدى من يتعامل مع الإنترنت حرية اختيار الزمان الذي يدخل فيه على الموقع الذي يريده سواء ليلا أو نهارا ، وهو ما ليس موجودا مع التلفزيون ... لقد زادت تكاليف أعباء صناعة الصحف ، تضاعفت أسعار الورق ، والأخبار ، والخدمات ، وتكاليف النقل ، والتوزيع ، والأجور ، وإذا كان التطور يبدأ في

١. د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات ، مصدر سابق ، ص ٢٨٧ : ٢٨٩

الغرب ثم ينتشر بعد ذلك إلى باقي الدول ، فتوقعاتي أن تختفي الصحافة الورقية خلال عشرين أو ربع قرن على الأكثر ، وأن تسود الصحافة الإلكترونية من خلال الإنترنت ، ويصبح التعامل مع الصحف الإلكترونية مثل التعامل مع القنوات التليفزيونية المشفرة ، وسيكون في إمكان المتعامل طبع ما يريد من هذه الصحافة الإلكترونية ، والاحتفاظ بكل أعداد السنة على جهازه ، والعودة إليه في أي وقت ¹

ويرى الباحث أن العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية تحكمها متغيرات متعددة منها ما يتعلق بالسياق الاجتماعي والتكنولوجي والنفسي والسياسي والاقتصادي للمجتمع ، ولعل سهولة التعرض والإمكانيات التي اشتملت عليها الصحافة الإلكترونية قلبت كثيرا من المفاهيم عند فئة كثيرة ممن تعودوا على الصحف المطبوعة ، واعتبروها جزءا هاما من طقوس حياتهم .

إن ظهور أي وسيلة اتصال جماهيري جديدة يؤثر أول ما يؤثر على الصحافة المطبوعة ، كونها أم وسائل الاتصال الشعبية كلها ، فالصحيفة التي جلست على عرشها لعدة قرون منذ اختراع جوتنبرج الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر مطلقا بذلك ثورة المعلومات الأولى لم تتعرض لأي تحديات تذكر إلا في بداية القرن الماضي مع اختراع التلغراف والهاتف والراديو ، ومن بعد ذلك في منتصف القرن العشرين عندما بدأ التليفزيون بث برامجه بشكل تجاري ، ونجحت الصحيفة في التعامل مع كل هذه التحديات ، بل واعتمد بعضها على بعض في تطوير وتحسين أدائها ، ولعل مرد ذلك يعود إلى جاذبية ومصداقية الكلمة المكتوبة عند المتلقي ².

وفي دراسة ميدانية أجريت على ٢١٠ صحفيا سعوديا أكدت نتائجها أن الصحفيين السعوديين الذين يعملون في الصحف المطبوعة يحملون اتجاهات إيجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة ، في جانبي الانتشار واستقطاب المعلنين

¹صلاح منتصر ، عمود مجرد رأي ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/٧/٢٠٠٣ م www.ahram.org.eg

²أسامة الشريف رئيس تحرير شبكة أرابيا أون لاين ، ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، لندن ، بتاريخ ٢٠/١/٢٠٠١ م

على مواجهة ما ستشهدده الصحافة المطبوعة من منافسة قوية من قبل وسائل التقنية الحديثة ، وبخاصة ما تتيحه الإنترنت من بدائل متعددة ^١ .
وفي إطار وجهتي النظر السابقة حول مستقبل العلاقة بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية يمكن توقع السيناريوهات الثلاثة التالية :

السيناريو الأول : تسير فيه صناعة الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية ، بشكل تكون الغلبة فيه للصحافة الورقية ، ويناسب هذا السيناريو الدول التي ما زالت نسب الأمية فيها مرتفعة ، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق التوسع في استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية ، حيث ما زال استخدام الحاسبات مرتبطا باستخدامات متخصصة ، أو استخدام فئات من صفوف المجتمع ، وهذا يشمل معظم دول العالم الثالث .

السيناريو الثاني : ويتوقع أن تسير فيه الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الإنترنت سواء في عمليات التحرير ، أو الاتصالات ، أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة ، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصفوة ، وفي مجالات متخصصة .

السيناريو الثالث : وفيه يتوقع أن تقل بشكل تدريجي خدمات الصحافة الورقية ، ويزداد فيه الاعتماد على الحاسبات الإلكترونية في الاستفادة من الخدمات الإعلامية والإخبارية والمعلوماتية التي تقدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات ، من خلال نشر نسخ الجرائد والمجلات الإلكترونية التفاعلية الكاملة ، وذلك وصولا إلى ما يطلق عليه الجريدة الإلكترونية تحت الطلب Newspaper On Demand أو الجريدة التفاعلية Interactive newspaper التي يختار الشخص محتوياتها بنفسه يوميا من الشبكة بعد أن يكون قد حدد اهتماماته في بداية

^١ د. فهد العسكر ، ود. فايز الشهري، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة . بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣ م) ص ٣٥

اشتراكه في الخدمة مثل تركيزه على نوعية معينة من الأخبار أو الإعلانات.¹ ، وهو ما يناسب الدول المتقدمة ، وفي هذا السيناريو يمكن تعاضد دور هذه الأنواع من الصحافة الإلكترونية :

(١) ازدهار صحافة الهواة (البلوجرز) أو ما يمكن تسميتها ب(صحافة الهواة الإلكترونية المستقلة) حيث أصبح بمقدور أي شخص سواء كان صحفياً أم لا أن ينشئ موقعاً صحفياً ويقدم من خلاله التقارير والأخبار والمعلومات والمقابلات الصحفية ، وبث لقطات بالصوت والصورة من مواقع الأحداث ، والأمر نفسه بالنسبة لأي مجموعة من مستخدمي الشبكة الذين يتشاركون في الاهتمام والأهداف والتخصصات ، وتعرف الصحافة الإلكترونية للهواة باسم (البلوجرز) وهي كلمة مأخوذة من الكلمة الإنجليزية Weblog وتعني الدخول على الموقع ، وجرى اختصارها في الاستخدام اليومي على الشبكة إلى Blog ، ونشطت هذه الظاهرة وأصبحت ملحوظة على الشبكة عقب أحداث ١١ سبتمبر بالولايات المتحدة ، ثم تعاضدت خلال غزو العراق.²

(٢) صحافة المصدر المفتوح ، فالمتصور أنه ستتأثر في المستقبل مواقع أو تجمعات على الشبكة تكون موقلاً لمعلومات وأخبار وبيانات وتقارير وتعليقات ومساهمات شتى يقدمها هواة ومحترفون وأفراد من الجمهور من شتى أنحاء العالم ، ويمكن لأي صحفي محترف أو هاو التعامل معها والاستفادة بها بما يناسب واحتياجاته في عالم الصحافة الإلكترونية .

(٣) الصحافة الإلكترونية شديدة التكيف : وهي التي توفر مستوى من الشخصية يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور ، حتى نصل إلى الدرجة التي يستطيع فيها كل فرد من أفراد الجمهور على حدة أن يحدد سلفاً طبيعة ومحتوى صحيفته الإلكترونية

¹ د. محمود علم الدين ، مصدر سابق ، ص ٢٩٢

² جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، مصدر سابق ، ص ٢٢١

أو موقعه الإلكتروني الصحفي المفضل بشكل عميق وشامل ، وفي هذه الحالة يمكن القول إن الصحيفة الإلكترونية باتت تقدم نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة .^١

^١المصدر السابق نفسه ، ص ٣٢٥

الفصل الرابع

علاقة النخبة بوسائل الاتصال

مفهوم النخبة

تذكر المعاجم اللغوية أن النخبة هي المختار من كل شيء¹ ، وجاء في قاموس ويبستر Webster أن النخبة هي المجموعة المنتقاة والتي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات² ، وتستخدم كلمة نخبة بالمعنى المفرد ونخب بالمعنى الجمع ، وترادفها في اللغة العربية كلمة صفوة.

وقد جاء لفظ الاصطفاء في القرآن الكريم بمعنى الاختيار في ثلاثة عشر موضعاً كما في قوله تعالى (إن الله اصطفى لكم الدين)³ ، (إن الله اصطفى آدم ونوحاً وآل إبراهيم وآل عمران على العالمين)⁴ ، وقوله تعالى : (قل الحمد لله وسلام على عباده الذين اصطفى)⁵ ، وقوله : (لو أراد الله أن يتخذ ولداً لاصطفى مما يخلق ما يشاء)⁶ وقوله : (الله يصطفى من الملائكة رسلاً ومن الناس)⁷.

وجاء لفظ صفوة في الحديث الشريف في ثلاثين موضعاً على لسان النبي - صلى الله عليه وسلم - وأصحابه حين يخاطبونه ، مثل قولهم له : (أنت نبي الله وصفوته) ، وقوله - صلى الله عليه وسلم - (لكم صفوة أمرهم وعليهم كدره) ، وقول أحد الصحابة : شربت صفوة الماء وتركت كدره⁸ ، والصفوة في هذه الأحاديث تعني أفضل الشيء وخلاصته المختارة ، وهو المعنى الذي يدور حوله مفهوم الصفوة والنخبة بشكل عام.

وفي كل اللغات تعني النخبة (Elite, Upper class, notables, ...Dignitaries...) أو الصفوة المختار من كل شيء أو هم خيار القوم الذين يتم

¹ مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز (القاهرة : ١٩٩٠) ص ٦٠٧

² د. جابر محمد عبد الموجود ، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ (أكتوبر ٢٠٠٢) ص ٦٩

³ سورة البقرة ، الآية ١٣٢

⁴ سورة آل عمران ، الآية ٣٣

⁵ سورة النمل ، الآية ٥٩

⁶ سورة الزمر ، الآية ٤

⁷ سورة الحج ، الآية ٧٥

⁸ المعجم المفهرس لألفاظ الحديث النبوي عن الكتب الستة ومسند الدارمي والموطأ ومسند أحمد ، إعداد لفيف من المستشرقين ،

نشر د. أ. ي. ونسنك (استانبول : دار الدعوة ، ١٩٨٨)

اصطفاهم أو هم من أحسنهم ومن ذوي المكانة والتقدم والشرف. ولهذا قيل نخبة من الكتب أي المختار القيم منها ونخبة من الأقلام أي المصطفى الأكثر بلاغة منها ونخبة من الأعلام أي الأفضل والأعلى من بينهم، وقيل المنتخب الرياضي مثلاً أي الأحسن والأفضل من اللاعبين ليمثلوا جهة أو بلداً.. ومن الشعر ما أنتخب أروعهُ وفي الانتخاب السياسي مثلاً تفضيل شخص واختياره من بين المختارين للتقدم لمنصب أو لموقع. ولأنَّ النخبة تعني الصفوة فهي تعني ما يعنيه الصفو ممّا لم يكدّرهُ شيء أو هو نقيّة؛ وصفوة القول أجودُهُ وصفوة الناس أفضلهم. وصفا فلان لفلان أخلص له، وللنخبة أن تُخلص لمثلها. وفلان سريع الصفاء أي لا يحملُ حقداً ، وبمعنى أبعد ليس من النخبة ما يكون من يؤلم الآخر أو يضيره فلا يقف أمر توصيف النخبة عند عدم الحقد كما تشير المعاجم اللغوية والاصطلاحية^١

وبالتالي فإن مفهوم النخبة يتصل بأبعاد متعددة ، وليس قاصراً على نخبة المتقنين أو نخبة المفكرين كما يرى البعض .

وهناك العديد من التعريفات للنخبة ، منها :

- النخبة تشير إلى أية طائفة تتوفر فيها صفات ذات قيمة كالقدرة الفكرية والهيبة والسلطة الأدبية والنفوذ الواسع .^٢
- النخبة هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواء وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسئولية في المجتمع ، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار .^٣

^١د. تيسير عبد الجبار الألويسي النخبة، الثقافة، التطور، العامة ومنطق العلاقات الإنسانية www.iraqcp.org في ٢٠٠٤/٨/١

^٢د. عبد الهادي الجوهري ، معجم علم الاجتماع (القاهرة : مطبعة جامعة القاهرة ، ١٩٨٠) ص ١٣٣

^٣د. حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ (أكتوبر ٢٠٠٢) ص ٤٤٠

- هي مجموعة مثقفة واعية من أفراد الرأي العام تتميز بالاطلاع والخبرات وحسن التصرف ، حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع¹

- جماعة صغيرة تمتلك مقاليد القوة ، متميزة في قدراتها التنظيمية والاقتصادية ، وفي تقديرها لمصادر القوة في المجتمع ، وفي قدرتها على صياغة سياستها ، والاستجابة للظروف المتغيرة والتماسك الداخلي خاصة عند التعرض لخطر خارجي .

- طائفة تتوفر فيها صفات مثل المقدرة العقلية أو المهارة العسكرية أو السمو الأخلاقي أو الوضع المكسب لدرجة عالية من النفوذ والهيبة ، وتشهد تفاوتاً نوعياً داخل صفوفها ، حيث تضم عناصر تتميز بغريزة الابتكار ، وعناصر تتميز بغريزة الحرص على الاستقرار².

وتتفق كل هذه المفاهيم للنخبة على أن أفرادها متميزون ومؤثرون في مجتمعهم ، وأنهم يقودون الرأي العام ليتكيف مع رؤاهم ونظرتهم للأحداث والمستجدات .
وليست النخبة تعني المثقفين فقط كما يتصور البعض ، فالمفهوم المتداول حديثاً للنخبة يشمل البُعدين الثقافي والفكري، بل ويغطي أبعاداً أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية.. ومن ثم تصبح النخبة المثقفة، هي تلك التي تمتلك ثقافة عضوية وظيفية، تضع التغيير على رأس اهتماماتها وفي أعلى سلم أجندتها وأولوياتها³.

¹ عادل عبد الرازق ضيف ، رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج ، المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام " الإعلام وصورة العرب والمسلمين " (٢٠٠٢) ص ٧٧-١٤٤

² السيد محمد السيد عمر ، الدور السياسي للصفوة في صدر الإسلام ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٩١) ص ١٢١

³ عبد العزيز التميمي ، النخبة المغاربية والتغيير ، مجلة أفلام ، العدد التاسع ، السنة الثانية (أكتوبر ٢٠٠٣)

www.alamonline.com في ٢٠٠٤/٧/٣١

أما في السياسة و الثقافة فقد كانت النخبة الطبقة العليا من النقاء أيّ الخلو ممّا يشوب صفاتهم وأخلاقهم كما كانت أخلاق الفروسية تقدّم نفسها أيام الأرستقراطية، وفي كليهما (السياسة والثقافة) لابد للنخبة من امتلاك عامل المعرفة والخبرة فالأمر ينجلي عن اصطفاء واختيار وانتخاب، إنّه فعلٌ غريزيّ وتدقيق وتمحيص. ثم إنّ النخبة لا تكون بخيارها الذاتي كأنّ يقول شخص أنا من النخبة فيكون ولكنّ المسألة تنتمي إلى جملة من الاختبارات والانتخابات والتصفيات حتى يصل المرء إلى المعية تميّزه واعتلائه مكانة شرف العلم وامتلاكه ومن ثمّ كينونته النخبوية... ولأنّ الأرستقراطية تمثل حالة من الانقسام الطبقي في الحياة الاجتماعية، فقد كان عليّة القوم (أو النخبة منهم) هم الذين ينتمون لتلك الطبقة وهم الذين يحصلون في الغالب على العلم والمعرفة — الذي كان يتطلب أثماناً أو أجوراً باهظة. وفضلاً عن ذلك فإنّ طبقة الأرستقراطية عادة ما حاولت فرض العزلة أو الانفصال بين النخبة وعامة الناس الذين وُصفوا بأنّهم رعا ع لا يفقهون وسوقة ليسوا جديرين بالأخلاق الكريمة. وظلّت تلك النظرة الفوقية المتعالية تنتقل بين الأجيال على الرغم من كون رجال العلم (من النخبة) في الغالب أثبتوا باستمرار أنّهم متواضعون يهتمهم الاتصال بالناس على حدّ سواء من دون تمييز طبقي أو غيره.¹

وأفراد النخبة هم القادرون على التغيير والتأثير غالباً، وهي التي تقود حركة انتقال المجتمعات في مسيرة التطور البشري

وإذا استقرأنا التاريخ؛ تاريخ التغيرات الكبرى التي حدثت في كثير من الحضارات والمجتمعات رأينا أن هناك دائماً "فرقة" تقوم بالمبادرة بحمل لواء التغيير، وتتبنى الأفكار والمشاريع والبرامج الجديدة التي تسوغ على وفقها نمطا جديدا للتفكير وصورة جديدة عن العالم، وبالتالي منهجا جديدا لمعالجة الأمور. ولنا في الأنبياء وأتباعهم ، ولنا في تاريخ النبوات، وتاريخ الأفكار الكبرى، والأمم التي تعاقبت الريادة الحضارية في العالم، والمجتمعات التي سادت ثم بادت. لنا في كل هؤلاء خير دليل على أن هناك "تفر" من كل "فرقة" يقومون بتغيير "القوم"

¹ د. تيسير عبد الجبار الألوسي ، مصدر سابق

وبصياغة منهج جديد للحياة .

ولذلك فإن مسألة القيادة التي هي النخبة أو النفر أو الفرقة التي تتولى شؤون القوم وإنذارهم وإبلاغهم وقيادتهم بالتعبير القرآني هي المسألة المركزية في صياغة الرؤية والتصور الكلي الشامل من أجل أن تتبنى منهجا يخرج قومها من ظلمات الفوضى إلى نور المنهج الواضح الأسس البين الخطوات من أجل تحقيق مبادئ التغيير وتحقيق النقلة النوعية في أرض الواقع.¹

تعقيب على مفهوم النخبة :

باستقراء المفاهيم المتعددة السابقة للنخبة يمكن ملاحظة ما يلي :

- (١) أن المكانة الاجتماعية هي المحك الرئيس لتمييز النخبة من غير النخبة في المجتمع.
- (٢) أن النخبة باعتبار أفرادها جماعة متميزة تتمتع بالقوة والنفوذ وتترفع على قمة البناء الاجتماعي يعدون أقلية من الناحية العددية ، حيث أنهم أقل بكثير من أولئك الأغلبية الذين يؤثرون فيهم ويحكمونهم .
- (٣) إمكانية تعدد النخب في المجتمع بتعدد مجالات النشاط المهني ومواقع الإدارة والحكم في أجهزة الدولة ، وبالتالي يصبح لكل مجال من المجالات النخبة الخاصة به والتي تتمتع فيه بالقوة والنفوذ والسيادة .
- (٤) وعلى الرغم من تعدد النخب في المجتمع إلا أن الترابط والتماسك والانسجام بينها قائم ، حيث يعرف بعضهم بعضا ، ويدخلون في شبكة من العلاقات والمصالح يتفاعلون خلالها لتحقيق أهداف معينة.
- (٥) إمكانية التبادل بين أعضاء النخبة بالنسبة للمراتب العليا في المؤسسات العسكرية والاقتصادية والسياسية والإدارية في المجتمع ، وإمكانية صعود جماعات معينة وهبوط أخرى مع ما يتعرض له المجتمع من مؤثرات

¹ محمد الحسيني ، أين النخبة التي تبني الحضارة www.balagh.com . في ٢٠٠٤/٨/١

داخلية وخارجية على ضوء ما تسفر عنه عمليات الصراع الاجتماعي بين الجماعات الاجتماعية المختلفة في المجتمع.

(٦) تباين السمات الخاصة للنخبة ليس فقط بين المجتمعات المختلفة ، ولكن أيضا داخل المجتمع الواحد في الفترات الزمنية المختلفة ، ولكل حقبة زمنية أو أكثر السمات الخاصة بنخبته ، سواء من حيث خلفيتها الاجتماعية أو من حيث أيديولوجيتها وتوجهاتها العامة ، وأساليب ممارستها في المجتمع.¹

وتتميز الشخصيات النخبوية بامتلاكها لمهارات خاصة تمكنها من التأثير في قطاعات كبيرة من الجمهور ، منها :

- (١) تستطيع الشخصية النخبوية أن تنظر لجميع الأمور والتصرفات والسلوكيات الإنسانية من الزاوية الأعم ، وتفرق بين الخطوط الرئيسة أو العريضة للأمور والموضوعات وبين تفصيلاتها .
- (٢) يتمكن من المهارات اللازمة المتعلقة بالقطاع الذي يعمل به صاحب الشخصية المؤثرة ، والقدرة الفائقة على تنظيم العمل .
- (٣) القدرة على الابتكار وإيجاد وسائل جديدة وأفضل لإنجاز الأعمال ، وتحتاج إلى استعداد عقلي معين وهدوء نفسي شديد ، وهي مهارة يستطيع الإنسان اكتسابها بتدريب عقله.²

كما يتميز أفراد النخبة بمستوى تعليمي وثقافي رفيع يؤهلهم للقيام بأدوار المسئولية في المجتمع ، كما يتميزون بقوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام ، ومن ثم تصبح هذه الفئة هدفا أساسيا لوسائل الاتصال المختلفة التي لا تهتم بالكثرة العددية قدر اهتمامها بنوعية المتلقي ودرجة ثقافته ومركزه السياسي

^١ . عبد الفتاح عبد النبي ، تناول الإعلام لجرائم النخبة (القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ١٩٩١) ص ٣٣ وما بعدها

^٢ يوسف الأقصري ، الشخصية المؤثرة ، كيف تصبح مؤثرا في الآخرين (القاهرة : دار اللطائف للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١) ص

والاجتماعي كرجال الإعلام والسياسة وكبار المسؤولين والمتقنين¹. كما أن النخبة تعد هدفا رئيسا للأبحاث والدراسات الإعلامية عموما ، والتي تدرس تأثيرات التكنولوجيا الحديثة على نمو المجتمع وتطوره ، والعلاقات المتشابكة بين عناصره على وجه الخصوص.

أنواع النخبة

يتعدد مفهوم النخبة تبعا لتعدد المجالات التي ينتمي إليها عضو جماعة النخبة ، فهناك النخبة الدينية ، والنخبة السياسية ، والنخبة الاقتصادية ، والنخبة الأكاديمية ، والنخبة الإعلامية ، والنخبة العسكرية ، وهكذا ففي كل جماعة تبرز مجموعة من الأشخاص الذين يتمتعون بقوة التأثير في بقية الجماعة ، أو تتركز في أيديها سلطة اتخاذ القرار ، أو تتمتع بمؤهلات معينة تضيف عليها طابعا نخبويا متميزا ، وقد قصر الباحث بحثه على دراسة أربعة أنواع من النخبة ، وهي :

(١) النخبة السياسية

والنخبة السياسية هي القادة الممسكون بمقاليد السلطة في أي جهاز سياسي والتشكيلات الاجتماعية التي أتوا منها ، المنوط بها تحديد القيم النسبية لمختلف العلاقات في المجتمع خلال فترة زمنية معينة ، وبمعنى آخر هم كبار موظفي الحكومة والإدارات العليا والقادة وأبناء الأسر ذات النفوذ السياسي كالأسر المالكة والأرستقراطية².

إن الفرق الأساسي بين النخبة السياسية وباقي النخب يكمن في كون الأولى تتمتع بمجموعة من الصلاحيات تجعلها هي المقررة الأولى للمجتمع، بحيث تختار له توجهاته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأخلاقية أحيانا، مما يجعل سلطتها واسعة وتأثيرها لا محدودا، أما النخب الأخرى، لأنها

¹ سهير بركات ، الإذاعة الدولية ، دراسة مقارنة لنظمها وفلسفتها (القاهرة : الطوبجي للطباعة والنشر ، ١٩٧٨) ص ٣٤

² د. السيد محمد السيد عمر ، مصدر سابق ، ص ١٢٣

تمارس نفوذها وسلطتها داخل مجالاتها الخاصة، دون أن تستطيع التأثير على التوجهات السياسية بشكل قوي وفعال. كما أن وجود نخبة سياسية قوية قد يكون عنصرا مساعدا على تألق وازدهار النخب الثقافية والفنية والاقتصادية، غير أن الأمور لا تتم دائما بهذا الشكل، فقد حفظ لنا التاريخ مجموعة من الحالات التي تم فيها ازدهار النخب الفنية والثقافية مع وجود نخبة سياسية ضعيفة أو متخاذلة.¹

فمفهوم النخبة السياسية يشير إلى مجموعة الأفراد الذين يملكون مقاليد القوة في أي جهاز سياسي، أو سلطة التأثير المباشر في اتخاذ القرارات السياسية، وتصل النخبة السياسية إلى مواضع القوة والنفوذ إما عن طريق الانتخابات العامة، أو القيام بثورة ضد سيطرة الجماعة السابقة، أو احتكار موارد الإنتاج في المجتمع، أو قدرتها التنظيمية وتماسكها وتفاهمها المشترك، والحفاظ على مصالحها أمام منافسة أي نخب مضادة موجودة في المجتمع.²

ويساعد انفتاح النخبة السياسية أمام المواهب والكفاءات من خارجها على استقرار نخبة الحكم وثباتها، واستقرار النظام السياسي بأكمله، وفي المقابل فإن الانغلاق الكامل للنخبة الحاكمة يؤدي إلى إحلالها بنخبة أخرى يشتد ساعدها وتستطيع إزاحة النخبة القديمة، وهو ما يعرف بمفهوم "دورة النخبة" Circulation of Elite والتي تأخذ شكل الإحلال النخبوي الشامل محل النخبة القديمة، أو من خلال إحياء النخبة القديمة بانتماء عناصر جديدة إليها، فإمكانية الحراك الاجتماعي Social Mobility من وإلى النخبة أمر وارد كرد فعل للتغير في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فقد تصعد جماعة معينة وتهبط جماعة أخرى مع ما يتعرض له المجتمع من

¹ عبد العزيز التميمي، النخبة المغاربية والتغيير، مجلة أقلام العدد التاسع، السنة الثانية (أكتوبر ٢٠٠٣)

² www.aqlamonline.com في ٢٠٠٤/٧/٣١

² إسماعيل على سعد، مقدمة في علم الاجتماع السياسي (الإسكندرية: دار المعارف الجامعية، ١٩٨٧م) ص ١١٠

مؤثرات داخلية وخارجية في ضوء ما تسفر عنه عمليات الصراع الاجتماعي بين الطبقات الاجتماعية في المجتمع.¹

وتستند النخبة السياسية على قوة اقتصادية تتمثل في امتلاك أعضائها عناصر الإنتاج في المجتمع ، أو حصولهم على معاملة متميزة في الحصول على عوائد عناصر الإنتاج ، وقد يحتل عناصر النخبة قيادة المواقع الإستراتيجية في البنيان الاجتماعي تبعاً للمناخ السياسي السائد في المجتمع ، مما يضفي على أفرادها درجة عالية من القوة والنفوذ ، والتأثير على نطاق واسع .

ورغم ما يعتري الفكر النخبوي من بعض الانتقادات التي وجهت إليه - شأنه في ذلك شأن أي فكر إنساني - كترويجيه لمبدأ حتمية القلة الحاكمة ، وإقراره أن النخبة بالضرورة جماعة متماسكة ، إلا أنه يقدم نظرية تمكن من شرح وتفسير بعض النظم السياسية والاجتماعية خاصة في الدول النامية ، حيث لا يزال بناء القوة يعتمد على تركيز سلطة اتخاذ القرار ومقاليد القوة في أيدي قلة من الأفراد ، ولا ينفي ذلك - بطبيعة الحال - وجود نخب أخرى غير حاكمة في هذه البلدان قد تمارس تأثيراً مباشراً أو غير مباشر في صنع القرار ، انطلاقاً من نظرية تعدد النخب في المجتمع.²

وكانت النخبة السياسية في مصر قبل قيام ثورة يوليو ١٩٥٢م يسيطر عليها قصر الملك ونخبة كبار الملاك (الإقطاعيون) إلا أن انغلاق النخبة الحاكمة على نفسها وسدها لقنوات الحراك الاجتماعي أمام الطبقة المتوسطة ، وتجاهلها قضية العدالة الاجتماعية ، وانتشار قضايا الفساد السياسي على نطاق

¹ عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، ماجستير غير منشورة (جامعة

القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٥م) ص ٥٦

² بوتومور ، الصفوة والمجتمع ، دراسة في علم الاجتماع السياسي ، ترجمة محمد الجوهري (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٨م)

واسع بين أعضائها مكن أنشطة سياسية سرية من العمل النشط ، وتمكن تنظيم " الضباط الأحرار " من قلب نظام الحكم ، وقيادة البلاد في المرحلة التالية .^١

وتتنظم النخبة السياسية في مصر الآن حول محور السلطة التنفيذية وجوهرها القيادة السياسية ومجلس الوزراء ، والإدارة المحلية ، ومحور السلطة التشريعية المكونة من مجلسي الشعب والشورى التي يسيطر عليهما أعضاء ينتمون إلى الحزب الحاكم ، بالإضافة إلى النقابات المهنية ، خاصة تلك التي تباشر دورا سياسيا مؤثرا كنقابة المحامين ، والأطباء والمهندسين ، بالإضافة إلى الأحزاب السياسية التي يبلغ عددها في ٢٠٠٥م ١٩ حزبا سياسيا يختلفون في أيديولوجياتهم ، وأيضا في نسبة مشاركتهم في عملية التأثير على اتخاذ القرار في حزب الأغلبية .

ومما تجدر الإشارة إليه أن النخبة السياسية في مصر لا تمثل نسيجاً متجانساً ، فهي تضم بين أعضائها أفراداً ينتمون إلى أنواع أخرى من النخب ، مثل النخبة العسكرية والنخبة الأكاديمية ، كتولي أفراد الجيش والشرطة وأساتذة الجامعات مواقع قيادية تنفيذية ، إلا أنها تشترك في مجملها في القدرة على اتخاذ القرار أو المشاركة فيه ، وفي التأثير - بشكل أو بآخر - على واقع الحياة السياسية في مصر .

(٢) النخبة الأكاديمية :

تعد النخبة الأكاديمية أحد أنواع النخبة بشكل عام ، وهي جزء من النخبة الفكرية التي تضم على سبيل المثال الأدباء والمفكرين وأساتذة الجامعات والفلاسفة والعلماء .

^١ أحمد زايد ، البناء السياسي في الريف المصري ، تحايل لجماعات الصفوة القديمة والجديدة (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨١م)

والنخبة الفكرية كما يعرفها بوتومور بأنها الجماعة الصغيرة التي تتألف من أولئك الذين يسهمون مباشرة في ابتكار ونقل ونقد الأفكار ، وتضم هذه الفئة المؤلفين والعلماء والفلاسفة والمفكرين والفنانين والمتخصصين في النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين¹.

وتتسم النخبة المثقفة بالتميز العقلي والريادة الفكرية ، ورؤيتها الشاملة للحاضر والمستقبل ، وقيادة مسيرة الحياة ، كما أنهم يتمتعون بدرجة عالية من الوعي ، ويبدعهم مصير ثقافة شعب².

وفي الغالب يصعب تعيين حدود هذا النوع من النخبة تماما ، لأن هذا الأمر يتطلب الاتفاق على حدود مفاهيم مثل (العالم ، الفيلسوف ، المفكر ، الأديب ، الفنان) ولذا فقد رأى الباحث أن يقصر هذه الفئة على أساتذة الجامعات لسهولة تحديد هذه الفئة ، ولصدق تعبيرها عن هذا النوع من النخبة ، لأنها قد تشمل كل هذه الأنواع ، فهي تعد بمثابة الطليعة المسؤولة عن التغييرات الأساسية التي تحدث في المجتمع ، وتشكل الأداة الرئيسة لانتقاله من مستوى إلى مستوى أفضل ، خاصة وأنها النخبة الوحيدة التي يمكن أن تتخلى عن مصالحها لبعض الوقت ، وتلتزم الحياد غالبا في مواجهة المصلحة العامة .

والنخبة الأكاديمية أجدر نخب المجتمع في حمل لواء الحرية والدفاع عنها ، والترويج الناجح لها كحق ومبدأ ، كما أنها الأوفر حظا في تبني الأفكار المستحدثة والدعوة لنشرها طالما أنها لا تتعارض مع ثوابت المجتمع ودعائمه، وتحمل في طياتها الدعوة إلى تطور المجتمع ونمائه .

ويوجد في مصر الآن ١٣ جامعة حكومية بالإضافة إلى ٦ جامعات خاصة تقوم بدور هام في تثقيف وتعليم الطلاب واستثارة أفكارهم وعقولهم

¹ بوتومور (١٩٧٨) ، مصدر سابق ، ص ٨٧

² عاطف فواد ، الصفوة المصرية ، قضاياها وانتماءاتها (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨٥) ص ٧٦

نحو المستقبل والمعرفة ، ووصل أعداد الطلاب الدارسون في الجامعات المصرية والتعليم العالي إلى ٢ مليون و ٢٣ ألف طالب طبقا للمعلومات الواردة في موقع مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار على الإنترنت في عام ٢٠٠٤ / ٢٠٠٥ م ، منهم ٤٣٥٧٧٦ طالب في جامعة الأزهر ، ووصل عدد أعضاء هيئة التدريس أكثر من ٦٠ ألف عضو هيئة تدريس منهم ٩ آلاف عضو هيئة تدريس بجامعة الأزهر ، ما بين أستاذ وأستاذ مساعد ، ومدرس ، ومدرس مساعد ، ومعيد يمثلون النخبة الأكاديمية في مصر .

وقد شكلت النخبة الأكاديمية جزءا مهما من تاريخ الحياة الفكرية في مصر ، ففي عام ١٩٧٦ م أمر الرئيس السابق محمد أنور السادات - بعد توجهه للنهج الاقتصادي القائم على تشجيع التوجه الرأسمالي - بتغليب هذه الحرية الاقتصادية بواجهة ديمقراطية ، فبادر بعودة المنابر والأحزاب السياسية ، في نفس الوقت الذي وجه فيه ضربات متتالية إلى الشيوعيين للتقليل من شوكتهم من خلال وضعهم رهن الاعتقال ، وكذلك ضربهم من خلال التيارات الفكرية الأخرى خاصة التيار الإسلامي ، إلا أن أحداث عام ١٩٧٧ واشتداد عاصفة المعارضة لتوقيع معاهدة السلام مع إسرائيل من معظم رموز النخبة المثقفة على اختلاف توجهاتها أدى إلى إلغاء الأحزاب السياسية وحل البرلمان ، ووضع نخبة كبيرة من رموز الثقافة رهن الاعتقال ، وبتولي الرئيس مبارك الحكم انتهج فلسفة تقوم على الحذر و التدرج في تحقيق انفتاح في المجال السياسي ، فبادر أولا بالإفراج عن قيادات المعارضة وسجناء الرأي ، وظهرت الأحزاب السياسية ، وصدرت الصحف التي تعبر عنها ¹.

ويتمتع الأكاديميون في السنوات الأخيرة بقدر من الحرية ، يسمح لهم - غالبا- بالاستفادة من حالة السيولة السياسية القائمة في التعبير العلني عن آرائهم وأفكارهم تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية المحلية والدولية التي أضحت موضوعات للنقاش العام والعلني في المؤتمرات والجامعات ومراكز

¹ عادل عبد الغفار فرج خليل ، (١٩٩٥) مصدر سابق ، ص ٧٦

البحوث ، وهو ما لم يكن متاحا من قبل ، إلا أن تأثير حرية التعبير والصحافة في صنع القرار لا يزال محدودا ¹.

مما سبق يتضح أن النخبة الأكاديمية نخبة قوية لها وزنها في المجتمع ، ودورها الهام والمؤثر في عملية الحراك الاجتماعي والسياسي ، وهو ما يبرر حرص النخبة الحاكمة دائما على إحداث انقسام بين أفراد النخبة الفكرية ، واستئناس بعض رموزها للعمل لصالحها ومساندتها وإضفاء الشرعية عليها .

(٣) النخبة الإعلامية :

ويقصد بالنخبة الإعلامية الأفراد الذين يقومون بإعداد ونشر أو بث الرسائل الإعلامية عبر الوسائل الاتصالية المتعددة ، وهم الصحفيون والعاملون في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني .

وتأخذ هذه النخبة قدرا كبيرا من الأهمية سواء فيما يتعلق بعلاقتها بالنخبة الحاكمة وتأثيرها على صانع القرار ، أو علاقتها بالنخب الأخرى ، أو علاقتها بقيادة الجمهور والتأثير المباشر عليه .

فوسائل الاتصال تمد صانع القرار بتيار مستمر من المعلومات عن الأحداث المحلية والدولية تساعد على بلورة المشكلات الراهنة ، وتقديم البدائل المقترحة لحل هذه المشكلات بما يساعد على اتخاذ القرار الملائم ، كما توفر وسائل الاتصال فرص النشر والذيع لهذه القرارات بهدف إحاطة الرأي العام علما بما اتخذته القيادة السياسية في هذا الشأن من قرارات .

وتؤثر وسائل الاتصال في ردود أفعال الجماهير من خلال توجهاتها في التعليق والتفسير لهذه القرارات ، وهو ما يؤثر بدوره في تبني الجماهير لهذه القرارات .

¹بسيوني إبراهيم حمادة ، دور وسائل الاتصال المصرية في صنع القرار (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٣م)
ص ٢٨٨

وقد تتحكم النخبة الإعلامية في توقيت صنع القرار من خلال خلق الأزمات وافتعالها و التركيز على الموعد النهائي لإنجاز الأعمال ، بل قد تحول وسائل الاتصال دون صدور قرار تعتزم السلطة اتخاذه ، أو إحداث تعديل معين على القرار أو إعادة النظر فيه أو إلغائه أو العدول عنه¹ ، مثال ذلك ما قامت به الصحافة المصرية من ضغط شديد على الحكومة لإلغاء القانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥م بشأن حرية الصحافة ، الأمر الذي أجبر الحكومة على التراجع وتعديل القانون ، ومثل الأزمة السياسية التي حدثت بين مصر وليبيا في أعقاب سماح القذافي للولايات المتحدة الأمريكية بتفتيش بلاده بحثا عن أسلحة نووية وتوجيه عدد من رجال الإعلام والصحافة المصريين نقدا لاذعا للرئيس الليبي .

بل إن دور النظام الإعلامي قد يتجاوز ذلك الدور إلى إضفاء الشرعية على النظام السياسي خاصة في الدول النامية التي ترعى وتمول عددا من المؤسسات الإعلامية لضمان أداء هذا الدور ، وفي الدول الديمقراطية قد تتسبب النخبة الإعلامية في إسقاط رئيس الدولة أو التأثير على شعبيته ، أو كشف مخالفات قانونية وأخلاقية قام بها ، وهو ما يعرف بالمراقبة للبيئة السياسية الذي تقوم به النخبة الإعلامية من خلال قنوات الاتصال المتاحة لها .

وتؤكد تجربة الصحافة المصرية قبل ثورة يوليو ١٩٥٢م قدرة النظام الاتصالي على التأثير في الحياة السياسية ، والحفاظ على الديمقراطية ، فقد ساهمت الصحافة المصرية في إرساء الأساس الأيديولوجي للفكر الديمقراطي في مصر ، كما ساهمت هذه الصحف في نشأة الأحزاب السياسية من قلب هذه الصحف² .

بسيوني إبراهيم حمادة ، دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات، دراسة ميدانية على صانعي القرار في مصر ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩١) ص ٢٢٠
٢. فاروق أبو زيد ، أزمة الديمقراطية في الصحافة المصرية (القاهرة : مكتبة مديبولي ، ١٩٨٦) ص ٦

وتعد النخبة الإعلامية والوسائل الاتصالية التي يعملون من خلالها قنوات حيوية لا غنى عنها لتسهيل عملية الاتصال بين النخبة وال جماهير في الاتجاهين الرأسي والأفقي ، وهذا من شأنه أن يقرب بين النخبة وال جماهير ، ويتم التعبير عن مصالح الجماهير من خلال وسائل الاتصال ووضع القضايا الجماهيرية في دائرة اهتمام صانعي القرار ، كما تعد وسائل الاتصال أدوات هامة لنقل مواقف ورؤى القادة السياسيين إلى الرأي العام تجاه القضايا المحلية والدولية على اختلافها ¹.

وعلى الجانب الآخر فإن النخبة السياسية والنظام السياسي يمارس هو الآخر تأثيرا غير محدود على النظام الاتصالي ، فيحدد نمط الملكية والتمويل لوسائل الاتصال ، وقدر الحرية الذي تتمتع به والتأثير في القائمين بالاتصال أعضاء النخبة الإعلامية ، والتسهيلات والمميزات المختلفة للإعلاميين ، والمستوى التقني والتكنولوجي الذي تعمل في إطاره وسائل الاتصال ، والتحكم في مصادر المعلومات الرسمية التي تمد النخبة الإعلامية بالمعلومات والحقائق عن الأنشطة الرسمية للدولة ².

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال ، وظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ظهر مجتمع معلوماتي جديد له خصائصه وسماته التي تختلف عن سمات الوسائل الإعلامية الأخرى ، وظهرت أدوار جديدة للنخبة الإعلامية تستطيع أن تمارسها بقدر كبير من الحرية بعيدا عن وطأة القيود الحكومية المتعددة ، مثال ذلك ظهور جريدة الشعب المصرية على الإنترنت بعد احتجاجها عن الصدور بشكل ورقي في سبتمبر ٢٠٠٠م ، وظلت تصدر على الإنترنت إلى أن تدخلت الدولة مرة أخرى وأغلقت الموقع الخاص بها في ٢٠٠٤م ، واحتجبت عن الصدور مرة أخرى .

¹ ثروت زكي مكي ، النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي في مصر ، ماجستير غير مشورة (جامعة القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٨٣) ص ٢٢٨

² بسيوني إبراهيم حمادة ، (١٩٩٣) ، مصدر سابق ، ص ٥٠

وجملة القول أن النخبة الإعلامية مارست - ولا تزال تمارس - أدوارا مهمة في المجتمع ، وتتحدد هذه الأدوار من خلال علاقتها بالنخب الأخرى ، لاسيما النخبة السياسية التي تتبع بدورها أساليب مختلفة في التعامل مع أفراد النخبة الإعلامية ما بين التحذير والتضييق والاعتقال أحيانا وحجب الوسيلة الإعلامية عن الصدور والظهور ، وبين إعطاء الميزات الإضافية والمكافآت والرحلات والجولات الإعلامية التي تتيحها المؤسسة الحاكمة لبعض الإعلاميين ، وغيرها من الممارسات التي تبين علاقة التفاعل والتأثير والاحتياج المتبادل بين كل من النخبة الإعلامية والنخبة السياسية ، بل والنخب الأخرى داخل البناء الاجتماعي .

(٤) النخبة الدينية :

جاء مفهوم النخبة أو الصفوة في الفكر الإسلامي كما يلي :

- النخبة هم المؤدون لشرط الله في الأمة الإسلامية المتمثل في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والإيمان بالله .
- هم المتسمون بحسن المعرفة بالله وحسن الطاعة له وحسن الصبر على ما أمر به ، وهم الباذلون للفضل ، الحاكمون بالعدل ، المبادرون إلى أداء الحقوق من غير تسويف ، الموفون بالطاعات من غير تطفيف ، المتبعون لرسول الله ، المقيمون لكتاب الله ، الذين لا يفزعهم ذو سلطان غير الله ، العافون عن ظلمهم ، المحسنون إلى من يسيئون إليهم ، المصونون عن الغرور بزينة الدنيا .¹

ويشير مفهوم النخبة الدينية إلى الأشخاص المثقفين ثقافة واسعة إلى ثقافتهم الدينية ، والواعون بقضايا مجتمعهم ، والمشاركون في إنتاج الخطاب الديني

¹ أبو نعيم الأصفهاني ، حلية الأولياء وطبقات الأصفياء (القاهرة : مكتبة الخانجي ، د. ت) ص ٥-٢١

وإيصاله إلى الجمهور المستهدف ، والقادرون على إقناع المتلقي بمضمون الخطاب قولاً وعملاً¹.

- إن النخبة في تاريخ سلفنا الصالح ومن سار على نهجهم هم إما:
- أ- عالم نذر نفسه لله يعقد الدروس وينهل من العلم وينشر الخير بين الناس في يومه وليلته كما قال أحدهم: (من المحبرة إلى المقبرة).
- ب- أو عابد قد تفترت قدماء من طول القيام وظهر على وجنتيه خيطان أسودان من كثرة البكاء حتى إذا أصبح كان وجهه نوراً يعقل به من يراه.
- ج- أو مجاهد تكسرت في يده أسياف ودروع ليس في جسده موضع شبر إلا وفيه طعنة أو إصابة في سبيل الله (فلا نامت أعين الجبناء).
- د- أو متصدق قد بذل ماله في سبيل الله فهو يعطي عطاء من لا يخشى الفقر.
- هـ- وإما داعية يجوب البلاد شرقاً وغرباً؛ فهو مبارك أينما حلّ، يدعو الناس إلى الإسلام والإيمان، فكم هدى الله به من البشر².
- وواضح مما سبق أن مفهوم النخبة أو الصفوة الدينية يشير إلى الدعاة الذين تتحدد مهمتهم في الدعوة إلى الله بالحكمة والنموعة الحسنة ، والقادرين على التأثير في الجمهور الذي يتوجهون إليه ، ويتمتعون بنفوذ بشكل أو بآخر في الجماعة التي ينتمون إليها .

ويتمتع رجال الدين في مصر بوضعية خاصة ، إذ ظل رجال الدين على امتداد الحقب التاريخية المختلفة يلعبون دوراً أساسياً في حياة المجتمع المصري بالنظر إلى المكانة الدينية والاجتماعية التي يحتلها هؤلاء الأفراد في نفوس المصريين ، ذلك أن المصري — ومنذ عهد أختاتون — عرف بتمسكه الشديد بالدين ، وشغفه المستمر بالحديث في الشؤون الدينية والاستماع إلى القصص

¹د. جابر محمد عبد الموجود ، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ، مجلة البحوث، الإعلامية ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ ، (أكتوبر ٢٠٠٢م) ص ٦٩

² النخبة.. خطر يهدد الأجيال

www.saaaid.net

الديني وترديد الحكم والمواظب الدينية ، والانطلاق في العديد من المواقف والتصرفات من مقولات وتصورات دينية ، ومن هنا كانت الثقافة الدينية والتفقه في الدين أحد أهم عناصر اكتساب المكانة والتوقير في المجتمع المصري ، وانطلاقاً من هذه الحقيقة قاد رجال الدين على مر العصور حركة التغيير ومجريات الأمور في المجتمع المصري ، ولعبوا دوراً كبيراً في شئون السياسة والحكم وقيادة الثورات والحركات الشعبية ضد الظلم والاستبداد ومحاولات الغزو أو التخلص من الاحتلال الأجنبي¹.

ونظراً لهذه المكانة الهامة التي تتوفر لرجال الدين في المجتمع المصري ، حيث أنهم قادرون على إقناعهم بالأفكار الجديدة ربما أكثر من غيرهم تصبح دراسة هذه الشريحة — ومدى تقبلهم للأفكار والوسائل الجديدة — مسألة هامة .

ولكي يكون الداعية شخصاً مؤثراً لابد أن يتمتع بالمصادقية والجاذبية والهيبة والنفوذ ، وبالإضافة إلى ذلك :

(١) أن يكون مؤمناً برسائلته ، متفهماً لطبيعة عمله ، عارفاً بلغة الحوار والنقاش مع الجماهير ، وعلى درجة كبيرة من الذكاء والحدق والحنكة .

(٢) أن يكون حافظاً للقرآن الكريم ومحسناً لتلاوته ، دارساً للأحاديث ، ملماً بقسط من السنة ومن العلوم الحديثة ، ومحباً باستمرار للاطلاع والاستزادة من العلم والتفقه ، ومتابعاً جيداً للأحداث الداخلية والخارجية ، حتى يتمكن من مواجهة ما يلقى عليه من أسئلة واستفسارات .

(٣) الكياسة في الحوار ، والعقلانية في إبداء الآراء وتقديم الحجج ووضوح الصوت وعذوبة الحديث ، وعفة اللسان ، والأفق الواسع .

¹د. عبد الفتاح عبد النبي ، المؤثرون ، دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥ م) ص ١١

- (٤) أن يتمتع بالسمعة الطيبة والسلوك الحسن والمعاملة الطيبة والمشاركة ، يسعى إلى الناس في المناسبات المختلفة ويندمج معهم دون تحيز لفئة ، ويبعد عن التيارات الحزبية والطائفية .
- (٥) أن يكون ميالا لمعاونة الناس في حل مشكلاتهم ، والإصلاح بين المتخاصمين .¹

علاقة النخبة الدينية بوسائل الاتصال الجماهيرية

في بحث أجراه الدكتور عبد الفتاح عبد النبي على عينة قوامها ١٠٨ مبحوث من العاملين في ميدان الدعوة الإسلامية (أئمة وخطباء المساجد) عن علاقتهم بوسائل الإعلام المختلفة ذكر ٢٢% منهم أن انصحف وسيلة هدامة ولا تخدم الدعوة ، وذكر ١٥% منهم أنها غير صادقة وغير أمينة ، وذكر ٧% منهم أنه يقرأ الصحف ، وخاصة الصحف الإسلامية كاللواء الإسلامي .

وعن علاقتهم بالتلفزيون توصلت الدراسة إلى أن ٦٩,٤٥% منهم تنظر إلى التلفزيون باعتباره وسيلة هدم وفساد في المجتمع ، وقالوا إنه (جهاز فاشل وخطير اسمه المفسديون ، وسيلة لتدمير عقول الشباب ، نحن نعطي الجرعة الطيبة والتلفزيون يعرض الرقصات الخليعة ، وسيلة لإفساد الأخلاق وإغصاب الرب ، القائمون عليه شيوعيون وعملاء ، هو رأس الفساد والبلاء ، التلفزيون غير الناس تغييرا جذريا وأفسد أخلاقهم وطباعهم ، وسيلة شيطانية) وذكر ١٩,٤٤% منهم أنهم يتعاملون معه باعتباره جهازا له مساوئه ومحاسنه ، بينما ذكر ٨,٣٣% منهم أن رأيهم فيه يتغير حسب الاستخدام ، ولم يذكر سوى ٢,٧٨% منهم أنه وسيلة فعالة وتخدم الدعوة الإسلامية ، والغالبية العظمى من أئمة المساجد غير راضية عن ممارسات التلفزيون الراهنة وتتخذ منه مواقف عدائية ، وهي المواقف التي تلقي بتأثيراتها على مواقف واتجاهات العامة من الناس تجاه

¹المصدر السابق نفسه ، ص ١١٥ ، ١١٦

التلفزيون ، وظهر أن ٨,٣٣% من المبحوثين لا يشاهدون التلفزيون إطلاقا ،
وأن ٥٨,٣٣% فقط من العينة يمتلكون جهاز تلفزيون في بيوتهم .

وعن علاقتهم بالراديو ذكر ٥٥,٥٥% منهم أنه وسيلة مفيدة ، وتخدم الدعوة
، بينما ذكر ١٤% أنها وسيلة ضارة وخطرة ، وذكر حوالي ٢٠% أن الراديو
عبارة عن إذاعة القرآن الكريم وما عداها من برامج أو محطات فهو عبث ،
وذكرت النتائج أن حوالي ٦% لا يستمع إلى الراديو ، وذكر ١١% أنهم لا
يملكون جهاز راديو .

وهناك أنواع أخرى من النخب بناء على المدخل التعددي في دراسة النخبة
المصرية ، فهناك النخبة العسكرية التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالنخبة السياسية ،
وتتدخل معها في كثير من الأحيان ، وهناك النخبة الاقتصادية التي تسيطر على
جزء كبير من الموارد الاقتصادية أو القرارات الخاصة بها ، وتضم رجال
الأعمال وأصحاب الثروات الكبيرة ، وعلاقتها بالنخبة السياسية والإعلامية تنطوي
على قدر كبير من التشابك وتبادل المصالح ، وهناك النخبة البيروقراطية وهم
المديرون التنفيذيون ومديرو الصناعات والمشروعات والشركات وموظفو
الحكومة ، وهناك النخبة التكنوقراطية وهم صفوة الخبراء والفنيين الذين يسهمون
في صنع القرارات التي تؤدي إلى تخصيص الموارد بين وحدات المجتمع ، وكل
من أفراد النخب السابقة يرتبط بعلاقة أو بأخرى مع غيرها من النخب ، الأمر
الذي يؤكد التأثير المتبادل بين أعضاء النخب ، وصعوبة الفصل الدقيق بين حدود
نخبة وأخرى .

الباب الثاني

نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الخامس

الخصائص و السمات
الديموجرافية للمبحوثين
وعلاقتهم بالإنترنت

الصعوبات التي واجهت الباحث أثناء إعداد الدراسة :

واجه الباحث عدة صعوبات أثناء إعداده لهذه الدراسة منها :

(١) مثلت مسألة إجراء الدراسة الميدانية على مجتمع النخبة التحدي الأكبر والصعوبة الأولى أثناء العمل في الدراسة ، فأفراد النخبة رغم تمتعهم بالمستويات التعليمية المرتفعة ، الأمر الذي يقتضي - في إطاره - سيادة وتقدير الروح العلمية لديهم ، إلا أن كثيرا منهم لم يتجاوب بشكل مرض مع استبانة الدراسة ، وإذ يشكر الباحث نسبة كبيرة تعاونت معه فإنه يلتمس للآخرين العذر لضيق وقتهم وكثرة المسؤوليات الملقة على عاتقهم ، وتغلب الباحث على هذه الصعوبة - بفضل الله تعالى - بكثرة التردد عليهم والاستعانة بعدد من زملاء المتعاونين الذين سهلوا هذا الأمر .

(٢) مثل الإطار النظري أحد الصعوبات أيضا التي واجهت البحث ، حيث كان التراكم المعرفي المتعلق بظاهرة الصحافة الإلكترونية محدودا مع بدء العمل في هذه الدراسة ، مما دفع الباحث إلى الاستعانة بالمعلومات المتوفرة على شبكة الإنترنت بشكل مكثف ، والبحث في الإنترنت أمر في غاية الصعوبة ، إذ تحتوي الإنترنت على كم لا نهائي من المعلومات في كافة الموضوعات ، حيث تظهر نتائج البحث في موضوع كالصحافة الإلكترونية أو النخبة ما يزيد عن نصف مليون نتيجة ، ومعروف أن وفرة المعلومات مشكلة مثل ندرتها سواء بسواء .

(٣) التغيير المستمر في واقع ظاهرة الصحافة الإلكترونية والإحصائيات والأرقام التي تدور حولها ، فهناك مواقع لصحف إلكترونية كانت ناجحة تماما ، وتتمتع بدرجة عالية من التعرض في المراحل الأولى من إعداد هذه الدراسة ، ثم أغلقت بعد ذلك ، بالإضافة إلى ظهور عدد من مواقع الصحف الإلكترونية التي لم يكن لها وجود ، وتحديث بعض المواقع لنفسها ، وإضافة العديد من الإمكانيات الفنية والتقنية عليها ،

بخلاف نمو وازدياد ظاهرة الصحف الإلكترونية الخالصة (التي ليس لها أصل ورقي) وازدياد عدد مستخدميها ، فالظاهرة موضع الدراسة لا تزال في طور التكوين ، ومن ثم فإن صعوبة خاصة تتعلق بدراسة الظاهرة وهي في حالة حراك دائم .

(٤) مثلت دراسة النخبة الدينية صعوبة خاصة ، حيث أجهد الباحث للحصول على ١٠٠ مفردة من النخبة الدينية التي تتعرض للإنترنت ، وربما يشير ذلك إلى ضرورة أن تتبنى الدولة ممثلة في الجهة المشرفة عليهم تأهيل الدعاة والأئمة للحاق بركب العصر من خلال تدريبهم على وسائل التكنولوجيا الحديثة ، لأنها مادة ثرية لا غنى عنها لكل داعية يعيش في عالم هو أشبه ما يكون - عنه في أي وقت مضى - بالقرية الصغيرة ، وتوفر الإنترنت فرصة عظيمة لنشر الخطاب الديني الصحيح محليا وقوميا وعالميا .

أولا : الخصائص والسمات العامة للمبحوثين :

تحدد السمات الديموجرافية للنخبة المصرية -عينة الدراسة - من خلال عدد من المتغيرات مثل النوع ، والفئة العمرية ، والمجال النخبوي الذي ينتمي إليه المبحوث .

وفيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور ٢٥٠ مفردة بنسبة ٦٢,٥% من إجمالي عينة الدراسة البالغ تعدادها ٤٠٠ مفردة ، بينما بلغ عدد الإناث ١٥٠ مفردة بنسبة مئوية ٣٧,٥% ، ويرجع الاختلال في توازن النسبتين إلى افتقاد عينة النخبة الدينية للعنصر الأنثوي ، بينما كان مقدارها في كل من النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية ٥٠% .

وفيما يتعلق بمتغير الفئة العمرية ؛ جاءت أغلبية المبحوثين في الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ سنة ، بنسبة ٦٧,٢٥% ، وبواقع ٢٦٩ تكرارا ، وجاء في المرتبة الثانية الفئة العمرية أقل من ٣٠ سنة بواقع ٦٨ تكرارا ، وبنسبة مئوية بلغت ١٧% ، بينما انخفضت نسبة الفئة العمرية من ٤٠ إلى ٥٠ سنة إلى ٤١ مفردة بنسبة

مئوية بلغت ١٠,٢٥ ٪ ، وجاء في المرتبة الأخيرة من هم فوق الخمسين عاما بنسبة ٨٪ وبواقع ٣٢ تكرارا ، الأمر الذي يدل على أن الشباب هم الفئة العمرية الأقدر على التعامل مع معطيات التكنولوجيا الاتصالية الحديثة .

وفيما يتعلق بمتغير المجال النخبوي الذي ينتمي إليه المبحوث ، فإن كلا من النخبة الدينية والسياسية والإعلامية والأكاديمية مثلت بقدر متساو بمقدار ٢٥٪ لكل منها بواقع ١٠٠ مفردة من كل نخبة . ويوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة :

المتغير	ك	%	
النوع	ذكر	٢٥٠	٦٢,٥٪
	أنثى	١٥٠	٣٧,٥٪
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠٪
السن	أقل من ٣٠ سنة	٦٨	١٧٪
	من ٣٠-٤٠ سنة	٢٥٩	٦٧,٢٥٪
	من ٤٠-٥٠ سنة	٤١	١٠,٢٥٪
	أكثر من ٥٠ سنة	٣٢	٨٪
نوع النخبة	نخبة سياسية	١٠٠	٢٥٪
	نخبة إعلامية	١٠٠	٢٥٪
	نخبة أكاديمية	١٠٠	٢٥٪
	نخبة دينية	١٠٠	٢٥٪
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠٪

جدول رقم (٤) خصائص عينة الدراسة

وكان لمتغير الوظيفة ذي الصلة بمجال النخبة دور في تحديد دور ومكانة كل فرد في النخبة التي ينتمي إليها :

ففي النخبة الأكاديمية جاء فئة المدرس في الفئة الأولى بنسبة ٤٥% ، يليه الأستاذ المساعد بنسبة ٣٠% ، ثم الأستاذ بنسبة ٢٥% ، وجاءت هذه النسبة متفقة -إلى حد كبير - مع التوزيع الطبقي للنخبة الأكاديمية ، ويوضح الجدول التالي العينة الممثلة للنخبة الأكاديمية في هذه الدراسة :

الفئة	ك	%
أستاذ	٢٥	٢٥%
أستاذ مساعد	٣٠	٣٠%
مدرس	٤٥	٤٥%
الإجمالي	١٠٠	١٠٠%

جدول رقم (٥) يوضح عينة النخبة الأكاديمية

وفي النخبة الإعلامية جاء الصحفيون بنسبة ٥٠% من أفراد النخبة الإعلامية ، من صحفيي المؤسسات المسماة بالقومية وصحفيي الصحف الحزبية ، وحصل على ذات النسبة المذيعون والمخرجون من العاملين في المجال الإذاعي والتلفزيوني ، موزعة على الإعلام الحكومي والعاملين في المكاتب الإعلامية للقنوات الفضائية الخاصة ، ويوضح الجدول التالي العينة الخاصة بالنخبة الإعلامية :

الفئة	ك	%
صحفيون	٥٠	٥٠%
مذيعون ومخرجون	٥٠	٥٠%
الإجمالي	١٠٠	١٠٠%

جدول رقم (٦) يوضح عينة النخبة الإعلامية

وبالنسبة للنخبة السياسية احتل الأعضاء القياديون في الأحزاب المصرية ٦٠% من إجمالي عينة النخبة السياسية ، بينما جاء الأعضاء المؤثرون في النقابات المهنية النشطة سياسيا ممثلين بنسبة ٤٠% .

وفيما يتعلق بالنخبة الدينية جاء القياديون في وزارة الأوقاف من وكلاء وزارة ومديرين ومفتشين بنسبة ٦٠% من إجمالي عينة النخبة الدينية ، وجاء الأعضاء القياديون في الجمعيات الدينية الإسلامية بنسبة ٢٥% من أفراد عينة النخبة الدينية ، ومثل كبار الأئمة في وزارة الأوقاف بنسبة ١٥% من إجمالي عينة النخبة الدينية ، ويوضح الجدول التالي عينة النخبة الدينية :

الفئة	ك	%
مفتش بالأوقاف أو مدير إدارة	٦٠	٦٠%
أعضاء قيادية في الجمعيات الدينية	٢٥	٢٥%
كبار الأئمة	١٥	١٥%
الإجمالي	١٠٠	١٠٠%

جدول رقم (٧) يوضح عينة النخبة الدينية

ثانيا : معدل استخدام النخبة المصرية للإنترنت

ويمكن قياس معدل استخدام النخب المصرية للإنترنت من خلال النقاط التالية :

- كثافة استخدام النخبة للإنترنت.
- المدى الزمني لاستخدام النخبة المصرية لكل جلسة إنترنت .
- خبرة المبحوثين الزمنية في استخدام الإنترنت .
- أماكن التعرض للإنترنت بشكل رئيس و ثانوي .

(١) كثافة استخدام النخبة للإنترنت:

سجلت الدراسة نسبة كثافة عالية لاستخدام المبحوثين للإنترنت ، حيث تبين أن ٣٦,٥% من أفراد العينة يدخلون على شبكة الويب كل يوم ، في حين جاء الدخول إلى الإنترنت من ٤ مرات إلى ٦ مرات في الأسبوع في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠,٢٥ % ، بينما جاء التجول عبر الإنترنت مرة واحدة أسبوعيا في المركز الثالث بنسبة مئوية بلغت ١٧,٥ % ، وانخفضت نسبة من يدخلون على الشبكة من مرتين إلى ثلاث مرات أسبوعيا إلى ٩,٢٥ % ، والذين يستخدمون الإنترنت أقل من ذلك بنسبة ٦,٥ % ، ويتضح من ذلك أن النخبة المصرية تستخدم الإنترنت بشكل كثيف ، ويوضح الجدول التالي عدد مرات دخول عينة الدراسة على الإنترنت :

مرات الدخول إلى الإنترنت	ك	%
كل يوم	١٤٦	٣٦,٥%
من ٤ إلى ٦ مرات في الأسبوع	١٢١	٣٠,٢٥%
من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع	٣٧	٩,٢٥%
مرة كل أسبوع	٧٠	١٧,٥%
أقل من ذلك	٢٦	٦,٥%
المجموع	٤٠٠	١٠٠%

جدول رقم (٨) عدد مرات الدخول على الإنترنت

(٢) المدى الزمني لاستخدام النخبة المصرية لكل جلسة إنترنت :

تشير الدراسة إلى أن المبحوثين يقضون أوقاتا طويلة على الإنترنت ، فقد أجاب ٢٧% منهم أنهم يقضون من نصف ساعة إلى ساعة للجلسة الواحدة ، بينما أفاد ٢٤,٧٥% بأنهم يجلسون من ساعة إلى ساعتين على الشبكة ، ويرجع ذلك إلى طبيعة الشبكة نفسها ، حيث تحتوي على كم هائل من المعلومات وعدد لا حصر له من المواقع في كل المجالات والتخصصات، ويصعب على المتصفح للإنترنت أن يتحكم في الوقت الذي يقضيه أثناء التصفح لكثرة الروابط وتعدد الموضوعات ، فضلا عن أن عملية الملاحقة في الإنترنت أمر يحتاج إلى مهارة خاصة ، لأن كثرة المعلومات مشكلة مثل ندرتها ، فالمعلومات الكثيرة لا تكفي للفهم كما يقول الفيلسوف اليوناني القديم هيراقليطس ، بل الربط بين هذه المعلومات والقدرة على تمييز الصواب من الخطأ هو الأهم ، لأن الإنترنت تحتوي على كثير من المعلومات الكاذبة وسقط المتاع ، كما تحتوي على المعلومات الهامة والمفيدة .

وأظهرت نتائج الدراسة انخفاض نسبة من يدخلون إلى الإنترنت لفترات تزيد على الساعتين ، إذ بلغت نسبة من يستخدمونها من ساعتين إلى خمس ساعات ٩,٧٥% من المبحوثين ، ونسبة من يستخدمونها لأكثر من خمس ساعات ٦,٧٥% ، وكذلك انخفاض نسبة الذين يتعرضون للإنترنت من ١١ إلى ٣٠ دقيقة لكل جلسة إنترنت حيث بلغت ١٧,٢٥% ، ثم من يقضون وقتا قدره من ٦ إلى ١٠ دقائق بنسبة ١٠,٥% ، وفي المرتبة الأخيرة يقضي ٤% من عينة الدراسة أقل من خمس دقائق لكل جلسة إنترنت ، وبرروا ذلك السلوك بأنهم يدخلون على البريد الإلكتروني الخاص بهم ، وكثيرا ما يجدون صناديق بريدهم فارغة فيخرجون من الشبكة ، ويوضح الجدول التالي الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت للمبحوثين :

الوقت	ك	%
أقل من ٥ دقائق	١٦	%٤
من ٦ إلى ١٠ دقائق	٤٢	%١٠,٥
من ١١ إلى ٣٠ دقيقة	٦٩	%١٧,٢٥
من ٣١ إلى ٦٠ دقيقة	١٠٨	%٢٧
من ساعة إلى ساعتين	٩٩	%٢٤,٧٥
من ساعتين إلى ٥ ساعات	٣٩	%٩,٧٥
أكثر من ٥ ساعات	٢٧	%٦,٧٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٩) الوقت المتوسط لكل جلسة إنترنت لعينة الدراسة

(٣) خبرة المبحوثين الزمنية في استخدام الإنترنت

ويقيس هذا العنصر تاريخ استخدام المبحوث للإنترنت ، حيث أظهرت النتائج أن ٣٧,٥% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت من سنتين إلى ثلاث سنوات ، وأجاب ٢٧% أنهم يستخدمون الإنترنت من سنة إلى سنتين ، تلاهم من يستخدمونها من ستة شهور إلى سنة بنسبة ٢٥,٥% ، الأمر الذي يعكس زيادة الاهتمام بالاتصال عبر الحاسبات للاستفادة منها في مجال الاتصالات والمعلومات ، ويتفق مع الدور الذي يقوم به أفراد النخبة من قيادة المجتمع ، وتبني الأفكار والأنماط المستحدثة .

وأظهرت الدراسة أن كلا ممن يستخدمون الإنترنت منذ وقت طويل نسبيا ، ومن يستخدمونها منذ فترة وجيزة مثلوا بنسبة قليلة ، فقد جاء من يدخلون على الإنترنت من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات ٦% ، ومن يستخدمون الإنترنت منذ

أقل من ستة شهور بنسبة ٤% ، ويوضح الجدول التالي تاريخ استخدام عينة الدراسة للإنترنت :

تاريخ بدء الدخول على الإنترنت	ك	%
أقل من ستة شهور	١٦	٤
من ستة شهور إلى سنة	١٠٢	٢٥,٥
من سنة إلى سنتين	١٠٨	٢٧
من سنتين إلى ثلاث سنوات	١٥٠	٣٧,٥
من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات	٢٤	٦
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (١٠) تاريخ استخدام النخبة المصرية للإنترنت

وتتفق هذه النتائج - إلى حد ما - مع نتائج إحدى الدراسات التي أجريت على القائمين بالاتصال في صحيفتي الأهرام والوفد حيث بينت أن الأغلبية يستخدمون الإنترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة ٥٤% ، تلاهم حديثي الاستخدام الذين لم تزد فترة استخدامهم للإنترنت عن عام واحد بنسبة ٢٧,٦% ، في حين جاء من يستخدمونها في الفترة من ستة شهور إلى أقل من ثلاث سنوات في الترتيب الأخير بنسبة ١٨,٤%^١. مع ضرورة الأخذ في الاعتبار أن الدراسة المشار إليها

^١ جمال عبد العظيم محمد ، تعامل القائمين بالاتصال في الصحف المصرية مع الإنترنت دراسة ميدانية على صحيفتي الأهرام والوفد في إطار نموذج جودة الخدمة، مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا ، أكاديمية أخبار اليوم (القاهرة : أبريل ٢٠٠٣ م) ص ٢٢

أجريت على عينة من النخبة الإعلامية ، والصحفية منها على وجه التحديد ، في حين تشمل هذه الدراسة النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية والدينية .

(٤) أماكن الدخول على الإنترنت

يقيس هذا العنصر مدى اقتناع المبحوثين بامتلاك أجهزة الحاسب الآلي وقدرتهم على ذلك ، ومدى ما توفره جهات عملهم من هذه الأجهزة التي يدخلون من خلالها على الإنترنت ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ٦٣,٧٥% من عينة الدراسة يدخلون على الإنترنت بشكل رئيس بواسطة جهاز كمبيوتر في المنزل ، و٣٠,٧٥% يدخلون على الإنترنت من خلال جهاز كمبيوتر توفره لهم جهة العمل ، وتتفق هذه النتائج مع طبيعة الأعمال والوظائف التي يقوم بها النخبة ، حيث توفر بيئة العمل للنخبة الإعلامية على سبيل المثال إمكانية الاتصال بالإنترنت لما تتيحه من إمكانيات هائلة في أداء عملهم الإعلامي ، كما يحرص أفراد النخبة بنسبة كبيرة على امتلاك التكنولوجيا التي تساعدهم في استكمال أعمالهم ، وتنمية معارفهم .

وأظهرت نتائج الدراسة أن ٥% من المبحوثين يدخلون على الإنترنت من خلال إحدى نوادي الإنترنت ، وأجاب ٠٥% بإجابات أخرى تمثلت في الدخول على الشبكة من خلال إحدى المكتبات التي توفر لمشتركها هذه الخدمة ، ويشير الجدول التالي إلى الأماكن التي يدخل عليها المبحوثون على الإنترنت بشكل رئيس :

مكان الدخول على الإنترنت	ك	%
جهاز كمبيوتر في جهة العمل	١٢٣	٣٠,٧٥%
جهاز كمبيوتر في المنزل	٢٥٥	٦٣,٧٥%
في إحدى مقاهي الإنترنت	٢٠	٥%
أخرى	٢	٠,٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

جدول رقم (١١) مكان الدخول الرئيس على الإنترنت

وكشفت نتائج الدراسة عن وجود أماكن أخرى للتعرض للإنترنت بشكل ثانوي ، تمثلت هذه الأماكن في جهة العمل بنسبة ٣١,٧٥ % ، بينما يدخل ٢٣,٧٥ % من عينة الدراسة على الإنترنت في المنزل كتعرض ثانوي لهذه الوسيلة ، وإحدى مقاهي الإنترنت بنسبة ١٣,٢٥ % ، وذكر ٣,٢٥ % من المبحوثين أنهم يدخلون على الإنترنت بشكل غير رئيس في أماكن أخرى غير هذه الأماكن ، بينما ذكر ١٦,٥ % فقط من عينة الدراسة أنه لا توجد لديهم أماكن أخرى يدخلون على الإنترنت من خلالها ، ويوضح الجدول التالي الأماكن التي يدخل عليها المبحوثون على الإنترنت بشكل ثانوي :

مكان الدخول على الإنترنت	ك	%
لا يوجد	٦٦	١٦,٥%
في العمل	١٢٧	٣١,٧٥%
في المنزل	٩٥	٢٣,٧٥%
إحدى مقاهي الإنترنت	٥٣	١٣,٢٥%
أحد الأصدقاء	٤٦	١١,٥%
أخرى	١٣	٣,٢٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

جدول رقم (١٢) أماكن أخرى للدخول على الإنترنت

ويتضح مما سبق أن غالبية عينة الدراسة (٨٣,٥%) لديهم أماكن أخرى لتصفح مواقع الإنترنت المتعددة ، يفسر ذلك الأهمية الكبيرة للشبكة كمصدر هام من مصادر استكمال الموضوعات والحصول عليها بالنسبة للنخبة الإعلامية ، ومصدر هام من مصادر المعرفة الأكاديمية والحصول على الأبحاث أو ملخصاتها بالنسبة لأساتذة الجامعات ، كذلك فهي تعد مصدرا للمعرفة السياسية ومعرفة مختلف الرؤى والاتجاهات نحو القضايا السياسية والجهادية بالنسبة للنخبة السياسية ، كما أنه لا غنى عنها لكل داعية للإمام بقضايا العصر ومتطلبات الدعوة ، كي لا يكون الخطاب الديني بمعزل عن الأحداث والقضايا المعاصرة بالنسبة للنخبة الدينية .

ثالثا : مهارات النخبة المصرية في التعامل مع الإنترنت :

يمكن قياس مدى مهارة المبحوثين في التعامل مع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) من خلال عدد من المتغيرات ، منها :

- معرفة نظام التشغيل الخاص بالحاسب الآلي الذي يدخل من خلاله على الإنترنت .
- معرفة المبحوث للبرنامج المتصفح للإنترنت .
- استخدام ومعرفة محركات البحث المتعددة والمنتشرة على الإنترنت .

(١) معرفة نظام تشغيل الحاسب الآلي الذي يدخل من خلاله على الإنترنت :

يوضح الجدول التالي معرفة العينة لنظم تشغيل الكمبيوتر :

نظام التشغيل	ك	%
ويندوز x.p	١٩٢	%٤٨
ويندوز ميلينيوم	١٤٠	%٣٥
ويندوز ٩٨ إنجليزي	٩٦	%٢٤
ويندوز ٩٨ عربي	٥٢	%١٣
لا أعرف نظام التشغيل	٢٦	%٦,٥
أخرى	١٠	% ٢,٥

جدول رقم (١٣) أنظمة تشغيل الكمبيوتر التي يستخدمها النخبة المصرية

وتشير هذه الأرقام إلى أن غالبية المبحوثين يعرفون نظام تشغيل الحاسب الآلي الذي يستخدمونه للدخول إلى الإنترنت بنسبة مئوية بلغت ٩٣,٥ % ، وكشفت الدراسة عن استخدام المبحوثين لأحدث النظم المتاحة لتشغيل الحواسيب الآلية بنسبة ٨٣ % ، حيث أفاد ٤٨ % منهم أنهم يستخدمون برنامج ويندوز xp ، وذكر ٣٥ % أنهم يستخدمون برنامج (ويندوز ميلينيوم) ، وهو من أحدث برامج التشغيل .

كما أشارت الدراسة إلى أن ٢٤% من عينة الدراسة يستخدمون برنامج ويندوز ٩٨ باللغة الإنجليزية ، و ١٣% منهم يستخدمون نسخة نفس البرنامج باللغة العربية ، وذكر ٢,٥% منهم برامج أخرى لتشغيل الحاسب الآلي ، كما ذكر ٢٩% من المبحوثين استخدامهم لأكثر من برنامج تشغيل على جهاز كمبيوتر واحد أو على أكثر من جهاز .

وذكرت نتائج الدراسة أن ٦,٥% فقط من العينة يستخدمون الحاسب الآلي ، ويستخدمون الإنترنت دون دراية ببرنامج تشغيل الحاسب الآلي الذي يستخدمونه.

(٢) معرفة المبحوث للبرنامج المتصفح للإنترنت

البرنامج المتصفح هو برنامج كمبيوتر يتم تنصيبه في كمبيوتر المستخدم ، ويتم استخدامه في طلب صفحات من الشبكة من خلال إرسال عنوان الصفحة الذي يتكون من عدة أجزاء الأول منها هو البروتوكول المستخدم ، وهو http ويحدد هذا الجزء القواعد التي يجب على خادم الويب استخدامها عندما يقوم بنقل الصفحة المطلوبة إلى المتصفح ، أما الجزء الثاني فيمثل اسم خادم الويب الذي تتم مخاطبته مثل www.ahram.org ويسمى هذا الجزء اسم المضيف host name وهو الذي يحدد الخادم داخل الشبكة .^١ ويوضح الجدول التالي البرامج المتصفح للإنترنت التي استخدمها أفراد عينة الدراسة :

^١د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، الصحافة الإلكترونية (العين : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ص ٣١

اسم البرنامج	ك	%
إنترنت اكسبلورر Internet explorer إنجليزي	٣٦٢	%٩٠,٥
إنترنت اكسبلورر Internet explorer عربي	٢٣	%٥,٧٥
نتسكاب Netscape إنجليزي	١٥	%٣,٧٥
نتسكاب Netscape مع سندباد	٧	%١,٧٥
لا أعرف	١٧	%٤,٢٥
أخرى	٣	%٠,٧٥

جدول رقم (١٤) البرامج المتصفح للإنترنت التي يستخدمها عينة الدراسة

أظهرت الدراسة أن ٩٥,٧٥% من المبحوثين يعرفون البرنامج المتصفح للإنترنت، في حين ذكر ٤,٢٥% فقط من العينة أنهم لا يعرفون اسم هذا البرنامج ، وذكر ٩٠,٥% أنهم يستخدمون برنامج إنترنت إكسبلورر Internet Explorer باللغة الإنجليزية ، أي أن غالبية المبحوثين يستخدمون هذا البرنامج للدخول إلى الإنترنت .

كما ذكر ٥,٧٥% من المبحوثين أنهم يستخدمون البرنامج المتصفح للإنترنت Internet Explorer باللغة العربية ، وأشارت الدراسة إلى أن ٥,٥% من العينة فقط يستخدمون البرنامج نتسكاب ، حيث ذكر ٣,٧٥% منهم أنهم يستخدمون النسخة الإنجليزية منه ، في حين ذكر ١,٧٥% منهم أنهم يستخدمون النسخة العربية من نفس البرنامج ، ويرجع ذلك إلى تطور وسهولة برنامج إنترنت اكسبلورر ، في حين أشارت الدراسة إلى أن ٧٥% من المبحوثين بواقع ثلاث مفردات أعطوا إجابات للفئة (أخرى) دون أن يذكروا البرامج الأخرى التي يستخدمونها ، وقال ٤,٢٥% فقط من عينة الدراسة أنهم لا يعرفون ما هو البرنامج الذي يستخدمونه للتجوال والتصفح داخل الإنترنت .

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة أجريت على مستخدمي الإنترنت بشكل عام في عام ٢٠٠١م ، حيث أظهرت أن ٦٥% من مستخدمي الإنترنت يستخدمون برنامج Internet Explorer الذي تنتجه شركة مايكروسوفت ، وبرنامج نتسكيب نافيجاتور Netscape Navigator ، وكان يستحوذ على نسبة ٢٣% من مستخدمي الإنترنت حتى عام ٢٠٠٠م ، إلا أن هذه النسبة أخذت في الانخفاض لتصل إلى نحو ٧% فقط ، نتيجة زيادة لإقبال المستخدمين على الإصدارات الجديدة والمطورة من متصفح مايكروسوفت ^١.

ولا تقتصر معرفة البرنامج المتصفح للإنترنت على المشاركة في تحديد درجة مهارة المبحوث ، بل يعد - ولو بصورة جزئية - اختباراً لصدق المبحوث فيما يتعلق باستخدامه للإنترنت .

(٣) استخدام ومعرفة محركات البحث على الإنترنت

تعد محركات البحث وسيلة هامة من وسائل استدعاء المعلومات على شبكة الويب ، وذلك بإدخال كلمة أو كلمات مفتاحية ، أو عبارة تصف الموضوع ، وتوفر دليلاً بالموضوعات المراد البحث عنها ، وتتطلب عملية البحث مهارة خاصة ، حيث تحتوي الشبكة على عدد لا حصر له من الموضوعات ، فإذا تم البحث عن كلمة فربما تأتي نتيجة البحث مائة ألف صفحة مثلاً ويعد البحث على الويب أحد الأمارات الدالة على مستوى مستخدم الإنترنت .

والجدول التالي يبين أهم محركات البحث التي استخدمها المبحوثون :

^١ Popularity of Microsoft Internet Explorer Pushes Netscape to an all-time low-Market Report(February,2002) available Online at www.statmarket.com

اسم محرك البحث	ك	%
Gogel	٣٤٨	%٨٧
Yahoo	٣٠٨	%٧٧
Netscape	٢٢	%٥,٥
Lycos	١٦	%٤
Megallan	١١	%٢,٧٥
Altavista	١١	%٢,٧٥
Looksmart	١١	%٢,٧٥
Search com	٩	%٢,٢٥
ابن بطوطة	٩	%٢,٢٥
Hotbot	٤	%١
Infoseek	٣	%٠,٧٥
أخرى	١٧	%٤,٢٥
لا أستخدم محركات بحث	١٣	%٣,٢٥

جدول رقم (١٥) أكثر محركات البحث استخداما لدى عينة الدراسة

وتشير نتائج الدراسة إلى أن ٩٦,٧٥% من المبحوثين يستخدمون محركات بحث مختلفة أثناء استخدامهم للإنترنت ، في حين ذكر ٣,٢٥% فقط أنهم لا يستخدمون أي محركات بحث أثناء تصفحهم لمواقع وصفحات الويب .

وبينت نتائج الدراسة أن محرك بحث جوجل Gogel ، ومحرك بحث ياهو Yahoo من أكثر محركات البحث ذيوعا وانتشارا واستخداما لدى النخبة المصرية عينة الدراسة ، إذ استخدم ٨٧% من المبحوثين محرك بحث جوجل ،

بينما جاء محرك بحث ياهو في المرتبة الثانية بنسبة ٧٧% ، وقل استخدام العينة لمحركات البحث الأخرى ، حيث ذكر ٥,٥% أنهم يستخدمون محرك بحث Netscape ، ٤% يستخدمون أداة بحث Lycos ، ثم أداة بحث Megallan ، و Altavista ، و Looksmart بنسبة واحدة بلغت ٢,٧٥% من إجمالي عينة الدراسة .

واستخدم المبحوثون محركات وأدوات بحث أخرى بنسبة أقل ، حيث استخدم ٢,٢٥% من عينة الدراسة كلا من محركات بحث Searchcom ، وبحث ابن بطوطة ، واستخدم ١% من المبحوثين المحرك البحثي Hotbot ، وجاء في المرتبة الأخيرة أداة بحث Infoseek بنسبة مئوية بلغت ٧٥% .

وأظهرت نتائج الدراسة إلى أن هناك محركات بحث أخرى لم تدرج في قائمة الاستبيان منها Sincdirect ، وكنوز ، وعجيب ، والمرشد ، والإدريسي ، وأين ، وحدد أحد المبحوثين فئة أخرى بكثير من المواقع العربية والإسلامية ، وانشصرت فئة أخرى في نسبة مئوية قوامها ٤,٢٥% .

وتلتقي هذه الدراسة مع دراسة السيد بخيت^١ عن استخدامات الصحفيين للإنترنت في تفضيل المبحوثين لمحرك بحث ياهو ، حيث فضله ٦٥,٥% من عينة دراسته البالغ عددها ٥٥ صحفيا عربيا ، ٦٥,٥% منهم من مصر ، ٥,٥% من الإمارات ، والباقي من جنسيات عربية أخرى ، واختلفت معها في ترتيب تفضيلات محركات البحث الأخرى ، ولم يرد في دراسته أي تفضيل لأداة بحث جوجل التي حظيت بنسبة تفضيل أعلى في الدراسة الحالية .

^١ السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠) ص ٥٤

رابعاً : دوافع استخدام النخب المصرية للإنترنت

- وتحدد دوافع استخدام النخبة لشبكة المعلومات (الإنترنت) من خلال الإجابة على تساؤلين في استبانة الدراسة :
- ما أسباب استخدامك للإنترنت ؟
 - ما دوافع استخدامك للإنترنت بشكل رئيس ؟

(١)مبررات استخدام النخبة للإنترنت

كشفت نتائج الدراسة أن امتلاك المبحوثين واقتنائهم للوسائط التكنولوجية التي تؤهلهم للإبحار في الإنترنت - وهي هنا الحاسب الآلي - كانت مبررا رئيسا لاستخدام الإنترنت عند ٧٣% ممن شملتهم الدراسة ، وساهم في ذلك انتشار أجهزة الحواسيب الشخصية وانخفاض ثمنها عن ذي قبل ، حيث يذكر بيل جيتس أن من كان يريد اقتناء كمبيوتر كان عليه دفع مبلغ ١٨ ألف دولار (أكثر من مائة ألف جنيه مصري) ليحصل على جهاز ميني كمبيوتر يصل وزنه إلى ٢٥٠ رطلا ، ويشغل مساحة عرضها قدمان مربعان ، وطولها ستة أقدام^١ ، وذلك في الأجيال الأولى للكمبيوتر ، والآن صار ثمن الكمبيوتر الشخصي ٥٠٠ دولار تقريبا ، كما يصل ثمن الحواسيب المحمولة Laptops إلى ٢٠٠٠ دولار تقريبا ، الأمر الذي أدى إلى انتشار أجهزة الكمبيوتر في العالم ، ومصر ، وخاصة في الشريحة النخبوية التي تمثل مجتمع الدراسة .

وأكدت نتائج الدراسة أن شغل النخبة المصرية وظائف وأعمالا تتطلب استخدام وإتقان الكمبيوتر والإنترنت كان وراء استخدامهم للإنترنت ، أيد ذلك ٨١

^١ بيل جيتس المعلوماتية بعد الإنترنت ، مصدر سابق ، ص ٢٨

% من المبحوثين ، الأمر الذي يتفق و طبيعة الأدوار التي يقوم بها النخبة في المجتمع ، سواء كانت إعلامية أم أكاديمية أم سياسية أم دينية .

وبينت نتائج الدراسة أن الانتماء إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة كان مبررا لاستخدام الإنترنت عند ٦٦,٥% من عينة الدراسة ، حيث بدأ مجتمع المعلومات في مصر منذ عدة سنوات ، وتتبنى الدولة عدة مشروعات من شأنها انتشار التكنولوجيا على نطاق واسع مثل مشروع حاسب لكل بيت الذي تتبناه وزارة الاتصالات والمعلومات في مصر ، وتشارك فيه عدد من شركات القطاع الخاص ، الأمر الذي خلق اتجاها مواتيا لنشر تكنولوجيا الحاسب الآلي في مصر ، كما واكب ذلك إعداد المقررات التدريسية بالجامعات والمدارس لتدريس علوم الحاسب الآلي منذ فترة ليست بالقصيرة ، فضلا عن ارتباط سوق العمل غالبا بإجادة الحاسب الآلي ، كل تلك العوامل أدت إلى نشأة جيل متمرس على تكنولوجيا الحاسب الآلي ، فضلا عن تمرسه على تطبيقات تكنولوجية أخرى .

سبب استخدام الإنترنت	ك	%
لأنني أمتلك جهاز كمبيوتر	292	73%
لأنني أجيد مهارة استخدام الكمبيوتر	208	52%
لأنها مفيدة من وجهة نظري بنسبة كبيرة	144	63%
لأنني أنتمي إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة	266	66,5%
لأن طبيعة عملي تتطلب تعلم الكمبيوتر والإنترنت	324	81%
أخرى	12	3%

جدول رقم (١٦) مبررات استخدام النخبة المصرية للإنترنت

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن ٦٣% من عينة الدراسة عللوا استخدامهم للإنترنت باعتقادهم أنها مفيدة بنسبة كبيرة ، فثورة المعلومات الملازمة للإنترنت والمنبثقة عنها كما تحتوي على آثار سلبية فإن لها جوانب إيجابية ، فنحن الآن

نتمتع بإنجازاتها في مجالات عديدة في التعليم والطب والاتصالات والفضاء والإعلام والترفيه ... الخ ، فقد أدت إلى اختزال المسافات ، وساعدت على تحرير الإنسان من قيود حجمه وإيقاع زمنه ، وإذا كانت المجتمعات الصناعية نجحت في تسخير التكنولوجيا لخدمة مجتمعاتها فإن الإنترنت قد منحت القوة والمكانة لأناس عديدين ، وحقت فوائد كثيرة للجمهور ، فلم يعودوا متلقين سلبيين ، حيث أصبح لهم دور إيجابي ومؤثر من خلال عمليات الانتقاء والاختيار ، والتي تمكنهم من التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه كما وكيفا^١.

ودلت نتائج الدراسة على أن نصف العينة تقريبا (٥٢%) بررت استخدامها للإنترنت بإجادتها لمهارات استخدام الحاسب الآلي .

يتضح من عرض المبررات السابقة أن النخب المصرية أرجعت استخدامها للإنترنت لمميزات نسبية رأتها في هذه الوسيلة (أنها مفيدة بنسبة كبيرة ، وأنها مهمة للنجاح في العمل) أو مميزات رأتها في مستخدمي الإنترنت (امتلاك التكنولوجيا ، تبني تطبيقات التكنولوجيا ، والانتماء إلى جيل متمرس عليها) وهي كلها قيم إيجابية لهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة ولمستخدميها .

(٢) دوافع استخدام النخبة للإنترنت

تعد الدوافع من العوامل المحركة للاتصال ، وبصفة خاصة تلك الدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة . والدافع Motive حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما أو يشبع أو يرضي حاجة ما ، ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق للفرد الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة^٢.

^١ السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص ٢٠

^٢ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مصدر سابق ، ص ٢١٧

وأظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الأول لاستخدام المبحوثين للإنترنت تمثل في اقتضاء ظروف العمل ذلك الاستخدام بنسبة ٤٩,٢٥% من عينة الدراسة ، الأمر الذي يعني أن الدافع النفعي أو وظيفة المنفعة والتكيف طبقا لتصنيف كاتز للدوافع يأتي في مقدمة الدوافع ، حيث يتمسك الفرد بالاتجاهات التي تحقق له العائد الأقصى ، وتقلل العقاب المتوقع من البيئة الخارجية ، وبالتالي فإن اتجاه الفرد نحو شيء ما يتحدد في إطار منفعته من هذا الشيء ، وهذا ما أشار إليه وليور شرام في معادلته الخاصة بمعامل الاختيار ، والتي توضح أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام والتعرض لمحتواها يرتبط بداية بما يحققه الفرد من عائد من هذا العرض في مقابل الجهد الذي يبذله في سبيل الحصول على هذا العائد ^١.

دوافع التعرض	ك	%
لأن ظروف العمل تقتضي ذلك	١٩٧	٤٩,٢٥%
معرفة الأخبار المحلية والدولية	١٩٢	٤٨%
المتعة والترفيه	١٦٨	٤٢%
أكتسب منها معارف ومهارات جديدة	١٦٤	٤١%
للبحث عن فرص عمل جديدة	٣٩	٩,٧٥%
أخرى	٣٦	٩%

جدول رقم (١٧) دوافع استخدام النخبة للإنترنت

وأشارت نتائج الدراسة الميدانية على النخبة أن الدافع الثاني لاستخدام الإنترنت هو معرفة الأخبار المحلية والدولية بنسبة ٤٨% ، ليضع الوظيفة المعرفية Knowledge Function في مقدمة الدوافع التي تقف وراء استخدام النخبة للإنترنت ، فالفرد في حاجة إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه

^١ المصدر السابق نفسه ، ص ٢١٤

وتشكيل المعاني ، حتى يتمكن من الفهم والتفسير ، وتحديد موقفه واتجاهه من
المثيرات التي يتعرض إليها في بيئته^١ .
وأظهرت نتائج الدراسة أن دافع التسلية والمتعة والترفيه جاء في المرتبة
الثالثة بنسبة ٤٢% ، ويتمثل هذا الدافع في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات
، الراحة ، ملء الفراغ ، اكتساب الأنماط الثقافية ، المتعة الجمالية ، إطلاق
العواطف وتحريرها .

وتأكيدا على أهمية الدوافع النفعية لدى المبحوثين فقد أفادوا بأن استخدامهم
للإنترنت جاء بدافع اكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة ٤١% ، كما ذكر
٩٧٥% من المبحوثين أنهم يستخدمون الإنترنت بدافع البحث عن فرص عمل
جديدة تتيجها كثير من المواقع التي تقوم بتجميع إعلانات الوظائف الخالية
المنشورة في الصحف العربية والإعلان عن وظائف أخرى ، مثل موقع محيط ،
وموقع توظيف ، وغيرها من عشرات المواقع .

وأجاب ٩% من المبحوثين عن دوافع استخدامهم للإنترنت بدوافع أخرى منها
الدخول إلى البريد الإلكتروني الخاص بهم ، والبحث عن وإعداد ملفات
لموضوعات معينة ، بما لا يخرج عن الدوافع السابق ذكرها في المبررات التي
اشتملت عليها استبانة الدراسة .

وتتفق هذه النتيجة - إلى حد كبير - مع نتائج دراسة استخدامات الصحفيين
للإنترنت حيث ذكر ٧٦% منهم أنهم يستخدمون الإنترنت بكثرة من أجل البحث
عن المعلومات ، بينما استخدم الصحفيون الإنترنت بغرض التسلية والترفيه بكثرة
بنسبة ١٤,٥% ، وأجاب ٧٢,٨% أنهم يستخدمون الإنترنت بكثرة من أجل
الاطلاع على الأخبار الجديدة ، بينما ذكر ٣٨,٤% أنهم يستخدمونها بكثرة في
إرسال وتلقي البريد الإلكتروني^٢ . مع ضرورة الأخذ في الاعتبار الاختلاف بين
مجتمعي الدراسة والفترة الزمنية لكل من الدراستين .

^١ المصدر السابق نفسه ، ص ٢١٥

^٢ السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت ، مصدر سابق ، ص ٥٦

الفصل السادس

النخبة المصرية والصحافة

الإلكترونية

دوافع الاستخدام وعوامل

التفضيل

أُتاحت شبكة الإنترنت للمؤسسات الصحفية والصحف بمختلف أنواعها فرصة الظهور والتواجد على الشبكة ، للاستفادة من إمكانياتها المتعددة التي تتعلق بالفعورية ، والتفاعلية ، والتحديث المستمر ، وغيرها من الميزات التي تصاحب الإنترنت والصحافة الإلكترونية المنشورة عليها ، كما أُتاحت الإنترنت الفرصة لظهور صحف إلكترونية خالصة ليس لها أصل مطبوع ، وإن كانت دون مثيلاتها ذات الأصل الورقي ذيوعا ، واستقطابا لمستخدمي الإنترنت .

ويتناول هذا المبحث تحديد علاقة النخب المصرية بأنواعها المختلفة بأنواع الصحف الإلكترونية من حيث نسبة التعرض ، ومستويات التفضيل ، ودوافع الاستخدام ، والإشباع المتحققة من وراء هذا الاستخدام ، من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة الواردة في هذا المبحث .

أولا : نسبة التعرض للصحف الإلكترونية ومبررات الاستخدام والإحجام

١ - نسبة تعرض النخبة للصحف الإلكترونية

الفئة	ك	%
الذين يقرؤون الصحف الإلكترونية	٢٨٣	٧٠,٧٥%
الذين لا يقرؤون الصحف الإلكترونية	١١٧	٢٩,٢٥%
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

جدول رقم (١٨) حجم التعرض للصحافة الإلكترونية لدى النخبة المصرية

أظهرت نتائج الدراسة أن ٧٠,٧٥% من عينة الدراسة من النخبة المصرية التي تستخدم الإنترنت يتعرضون للصحف الإلكترونية بشكل منتظم ، وأن ٢٩,٢٥% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت ولا يقرءون الصحف الإلكترونية عليها .

وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أجريت على مستخدمي الصحافة الإلكترونية في فلسطين ، حيث تبين أن ٨٦,٥% من المبحوثين يقرءون الصحف الإلكترونية على الإنترنت ، ٢٧% فقط من مستخدمي الإنترنت يقرءون الصحف الإلكترونية دائما ، و ٥٩,٥% يقرءونها أحيانا .^١

كما تتشابه هذه النتيجة مع دراسة أخرى أجريت على مستخدمي الإنترنت ، حيث تبين أن ٨٢% من مستخدمي الإنترنت يحرصون على الوصول إلى مواقع الصحف الإلكترونية ومطالعتها ، ولا يفوقها في ذلك سوى خدمة البريد الإلكتروني التي يستخدمها نحو ٩١% من مستخدمي الإنترنت .^٢

٢- مبررات تعرض النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين (٦٠,٧%) يعتبرون الفورية في إمدادهم بالمعلومات من أهم مبررات تعرضهم للصحف الإلكترونية على الإنترنت ، الأمر الذي يؤكد على أهمية متغير الفورية والآنية في الصحف الإلكترونية ، حيث يتمكن القارئ أو المستخدم من متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت ، خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم ، ولا يتوافر هذا في الصحيفة الورقية نظرا للتكلفة العالية لإصدار

^١ إدجواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، مجلة كلية اللغة

العربية (جامعة الأزهر : القاهرة ، العدد ٢٠٠٢ ، ص ١٢٩٠)

^٢ د. حسني محمد نصر ، الإنترنت والإعلام .. الصحافة الإلكترونية (العين : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ م) ص ١٣٦

طبعت إضافية من الصحيفة لمتابعة الجديد من الأحداث ، فضلا عن صعوبات متعلقة بالتوزيع.

الفئة	ك	%
لأنها تمدني بأهم وأحدث الأخبار بشكل فوري	١٧٢	٦٠,٧%
لأنها تمثل لي بديلا سهلا للصحف التقليدية	١٢٨	٤٥,٢%
لأنها تفيدني في مجال عملي	١٢٤	٤٣,٨%
لأنها لا تكلفني الكثير من المال حتى أنتهي من قراءتها	٨٠	٢٨,٣%
لأنني أتمكن من قراءة الصحيفة قبل نزولها بالأسواق	٦٨	٢٤%
لأنني لا بد أن أساير تكنولوجيا العصر	٥٦	١٩,٨%
لأنني لا أقرأ الصحف المطبوعة على الورق	٢٠	٧%
أخرى	١٩	٦,٧%

جدول رقم (١٩) دوافع التعرض للصحف الإلكترونية

وبينت نتائج الدراسة أن المبرر الثاني لاستخدام الصحف الإلكترونية هو ما تمثله هذه الصحف كبديل سهل الحصول عليه وقراءته عن الصحف الورقية بنسبة ٤٥,٢% ، فلا يحتاج المستخدم سوى توصيل الحاسب عبر الهاتف والولوج إلى الإنترنت ليرى سوقا إلكترونية للصحف يختار منها ما يريد ، دون أن يتكلف الكثير من الجهد والمال .

كما كشفت نتائج الدراسة أن ٤٣,٨% من عينة الدراسة يستخدمون الصحف الإلكترونية بسبب أن هذا الاستخدام يساعدهم في أداء واستكمال أعمالهم ، فأفراد

النخبة يتسمون باتساع حدود مسؤولياتهم الوظيفية ، وأهمية الأدوار التي يؤديونها ، مما يتطلب منهم متابعة وسائل الإعلام بشكل عام . والصحافة بشكل خاص ، وتتيح الصحف الإلكترونية سهولة متابعة الصحافة لتمكينهم من القيام بأعمالهم على نحو جيد .

وجاءت قلة تكلفة قراءة الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت كمبرر ثالث لحرص المبحوثين على قراءتها بنسبة ٢٨,٣% ، كما جاءت إمكانية قراءة الصحيفة الإلكترونية قبل نزول نسختها الورقية إلى الأسواق بنسبة ٢٤% ، حيث يستطيع المستخدم قراءة النسخة الإلكترونية قبل وجود النسخة الورقية بالأسواق ، خاصة إذا كان المستخدم بعيدا عن مدينة صدور النسخة الورقية .

وأظهرت الدراسة أن ١٩,٨% من المبحوثين عللوا تعرضهم للصحف الإلكترونية بضرورة مسايرة تكنولوجيا العصر ، ووفقا لنموذج نشر وتبني الأنماط المستحدثة فإن أفراد النخبة يرون في تبني هذا السلوك الاتصالي المستحدث دافعا للتعرض للصحف الإلكترونية ، حيث يشعر المستخدم بنوع من التميز ، والتمتع بروح التجديد والقدرة على مسايرة الابتكارات الحديثة .

وبيّنت نتائج الدراسة أن نسبة قليلة (٧%) فقط من المبحوثين عللوا استخدامهم للصحف الإلكترونية بعدم قراءتهم للصحف الورقية ، كما ذكر ٦,٧% مبررات أخرى لاستخدامهم الصحف الإلكترونية مثل عدم وجود الصحيفة بشكلها المطبوع في مصر .

وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أجريت عن استخدامات الجمهور المصري للصحف الإلكترونية اليومية على الإنترنت ، حيث علل المبحوثون حرصهم على اختيار صحيفة معينة وتكرار استخدامها بالفورية في نشر الأخبار بنسبة ٦٧% ، وسهولة التحوّل بنسبة ٦٧% أيضا ^١.

^١ أمها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٤) ص ٢٦٥

٣- مبررات الإحجام عن قراءة الصحف الإلكترونية

سجلت الدراسة أن هناك نسبة غير قليلة لا تستخدم الصحف الإلكترونية على الإنترنت ، بلغت ٢٩,٢٥% من إجمالي عينة الدراسة رغم أنهم من مستخدمي الإنترنت ، واختبرت استبانة الدراسة أسباب الإحجام عن قراءة الصحف الإلكترونية ، فتبين أن ٤١,٩% ممن لا يقرءون الصحف الإلكترونية لا يعرفون

الفئة	ك	%
لأنني لا أعرف مواقع هذه الصحف	٤٩	٤١,٩%
لأنني أقرأ الصحف المطبوعة على الورق	٤١	٣٥%
لأنها تكلفني الكثير من المال كي أتمكن من قراءتها	٣٥	٢٩,٩%
لأن هناك مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية	٣١	٢٦,٥%
لأنها لا تفيدني في مجال عملي	٢٨	٢٣,٩%
لأنني أدخل مواقع محددة ليس منها الصحف الإلكترونية	٢١	١٧,٩%
أخرى	٥	٤,٣%

جدول رقم (٢٠) أسباب عدم التعرض للصحف الإلكترونية

مواقع هذه الصحف ، وذكر ٣٥% منهم أنهم يكتفون بقراءة الصحف المطبوعة على الورق ، معللين ذلك بأنه ليس هناك ما يميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية ، في حين كان إحجام ٢٩,٩% منهم عن قراءة الصحف

الإلكترونية على الإنترنت بسبب تكلفتها المادية ، ويتضح هذين المبررين في ضوء معرفة أن بعض جهات العمل توفر نسخا مجانية من الصحف المطبوعة ، وبالتالي فلا داعي لتحمل تكلفة في قراءة الصحف من وجهة نظر هذه النسبة من المبحوثين .

وبينت نتائج الدراسة أن نسبة ٢٦,٥% ممن لا يقرءون الصحف الإلكترونية عللوا ذلك بأن هناك مواقع على الإنترنت أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية ، الأمر الذي يشير إلى شدة المنافسة التي تلقاها الصحف الإلكترونية من المواقع الإعلامية الأخرى كموقع قناة الجزيرة ، وموقع ال BBC وال CNN باللغة العربية ، بما يفيد اتساع أفق المنافسة ، فهي ليست منافسة بين المواقع الإلكترونية للصحف فحسب .

وأشارت النتائج إلى أن ٢٣,٩% ممن لا يقرءون الصحف الإلكترونية ردوا الأمر إلى قلة استفادتهم منها في مجال عملهم ، في حين ذكر ١٧,٩% أنهم يدخلون مواقع محددة على الإنترنت ليس من بينها مواقع الصحف الإلكترونية مثل المواقع البحثية ، أو مواقع خاصة بمنظمات دولية عاملة في مجال حقوق الإنسان ، وغيرها كما أفاد بعض المبحوثين ، وذكر ٤,٣% ممن لا يتعرضون للصحف الإلكترونية أسبابا أخرى غير ما ذكر .

وفي هذا السياق فقد أشارت إحدى الدراسات عن أسباب عدم استخدام جمهور مستخدمي الإنترنت للصحافة الإلكترونية أن الصحف الإلكترونية لا تقدم ما يميزها عن الصحف الورقية بنسبة ٥٠% ، ثم أشاروا إلى صعوبات مادية بنسبة ٣٤% ، وصعوبات صحية بنسبة ٣٠% ، وصعوبات تقنية تتعلق بامتلاك التكنولوجيا والحاسب الآلي وإمكانية استخدامها بنسبة ٢٤%^١.

وبناء على ذلك فإن الصحف الإلكترونية - خاصة ذات الأصل الورقي - عليها أن تطور مواقعها ، وتقوم بإضافة الأبواب التي تجتذب القراء كي لا تكون نسخة طبق الأصل من النسخة الورقية .

^١ مها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٢٧٣

ثانيا : مستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية

أظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية المصرية كانت أكثر أنواع الصحف الإلكترونية تفضيلا بنسبة ٨٠,٩ %، تليها الصحف العربية بنسبة ٦٩,٦ %، ثم الصحف الأجنبية بنسبة ٣٥,٥ % من عينة الدراسة كما يوضح الجدول التالي :

نوع الصحيفة الإلكترونية	ك	%
الصحافة الإلكترونية المصرية	٢٢٩	٨٠,٩ %
الصحافة الإلكترونية العربية	١٩٧	٦٩,٦ %
الصحافة الإلكترونية الأجنبية	١٠٠	٣٥,٣ %

جدول رقم (٢١) تفضيلات النخبة المصرية لأنواع الصحف الإلكترونية

ويرجع انخفاض نسبة التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية وارتفاع نسبة الصحف الإلكترونية المصرية لما يلي :

- أن الصحافة الإلكترونية المحلية دائما ما تجذب اهتمام المستخدمين بما تنشره من أخبار محلية ، وخدمات إضافية كالوظائف الخالية وأسواق العقارات والسيارات ، وهو ما يتفق مع نتيجة بحث أجري على الجمهور الفلسطيني من مستخدمي الإنترنت حيث جاء تفضيله لصحيفة القدس الفلسطينية في المركز الأول ، ثم جاء بعدها عرب تايمز ، ثم الحياة والشرق الأوسط اللندنيتين ، ثم الراية القطرية في المركز الرابع.^١
- أن اللغة لا تزال تشكل عائقا هاما لمستخدمي الإنترنت من العرب ، حيث يوجد في العالم ٦٠٠٠ لغة لا توجد منها سوى ٥٠٠ لغة ممثلة على الإنترنت معظمها ذو تواجد ضعيف للغاية ، وهو وضع ينذر بهوة لغوية

^١ أجواد راعب الدلو ، مصدر سابق ، ص ١٢٩٧

تفصل بين لغات دول العالم المتقدم ولغات دول العالم النامي غير القادرة على مساندة لغتها في المعركة اللغوية الطاحنة عبر الإنترنت ، الجدير بالإشارة أن ما يقرب من ٨٠% من المعلومات المتواجدة على الشبكة باللغة الإنجليزية ، وبالرغم من ارتفاع نسبة اللغة الإنجليزية على الإنترنت إلا أنها آخذة في التناقص ، فقد مثلت الإنجليزية في بداية ظهور الإنترنت ما يزيد عن ٩٥% من حجم البيانات المتبادلة ، وهناك توقعات لأن تفقد اللغة الإنجليزية وضعها المعلوماتي المتميز عام ٢٠١٥ م^١

ثالثا : علاقة النخبة بالصحافة الإلكترونية المصرية

تحدد علاقة النخبة المصرية بالصحافة الإلكترونية من خلال مستويات التفضيل على مستوى الصحف المفضلة ، أو على مستوى المضامين المقدمة فيها ودوافع الاستخدام ودرجة تحقيق الإشباع من استخدامهم لها.

١- مستويات تفضيلات الصحافة الإلكترونية المصرية

بينت نتائج الدراسة أن أكثر الصحف الإلكترونية تفضيلا هي صحيفة الأهرام حيث يقرأها بانتظام ٥٦,٤% ممن يقرؤون الصحف الإلكترونية من عينة الدراسة، في حين يقرأها ٣٠,١% بشكل غير منتظم ، وبالرغم من أن جريدة الأهرام لم تكن الجريدة الأولى التي ظهرت بشكل إلكتروني على الإنترنت ، حيث سبقتها جريدة الجمهورية بنحو عام ونصف ، إلا أن الموقع الإلكتروني الخاص بها يحتوي على العديد من مقومات التفوق الصحفي في المنافسة المحلية من حيث سهولة التصفح والتحديث المستمر (تحدث جريدة الأهرام مرتين يوميا) ، واستخدام الملتيميديا في بعض الأبواب مثل الرياضة ، حيث تتيح للمستخدم رؤية الأهداف في أحدث المباريات الرياضية عن طريق لقطات الفيديو ، وغيرها من الميزات النسبية .

^١ د. نيل علي ، تحديثات عصر المعلومات (القاهرة : دار العين للنشر ، ٢٠٠٣) ص ٥٩

ويؤيد ذلك نتائج الدراسة التحليلية التي أجريت على الصحف اليومية الثلاث (الأهرام والأخبار والجمهورية) وأكدت على تميز الأهرام عن مثيلتيها في هذه النواحي^١

و يوضح الجدول التالي أكثر الصحف الإلكترونية المصرية تفضيلاً عند النخبة المصرية :

مستوى التعرض الصحيفة	بانتظام		أحياناً		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام ^٢	١٢٩	٥٦,٤	٦٩	٣٠,١	١٩٨	٨٦,٥
الأخبار ^٣	١٢١	٥٢,٨	٣٢	١٤	١٥٣	٦٦,٨
أخبار اليوم ^٤	١٠٧	٤٦,٧	٣٨	١٦,٦	١٤٥	٦٣,٣
الجمهورية ^٥	٨٧	٣٨	٨٧	٣٨	١٧٤	٧٦
الأسبوع ^٦	٨٤	٣٦,٧	٤٦	٢٠	١٣٠	٥٦,٧

- ^١د. محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجراند المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجراند القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل ٢٠٠٣ ، ص ٢٧:٣٢
- ^٢هي كبرى الصحف اليومية المصرية الصباحية ، وقد ظهر العدد الأول الإلكتروني منها على الإنترنت في ٥ أغسطس ١٩٩٨م، ويرأس تحريرها أسامة سرايا وموقعها الإلكتروني <http://www.ahram.org.eg/> ويضم موقعها نسخة إلكترونية من إصدارات المؤسسة ، ويتم فيه نشر بعض المواد دون الأخرى ، ويوجد بالموقع استطلاعات رأي ، وعناوين متحركة ، وبعض الخدمات والمواد غير الموجودة في النسخة الورقية مثل مشاهدة أهداف كرة القدم ، ودليل مواقع ، ويوجد بحث في أي إصدار من إصدارات المؤسسة على حدة ، كما يوجد أرشيف يتيح الوصول إلى الأعداد السابقة منها
- ^٣هي صحيفة يومية مصرية صباحية ، وقد تأخر ظهورها على الإنترنت نسبياً ، وظهر العدد الإلكتروني الأول في ٣٠ يونيو ٢٠٠٠م، ويرأس تحريرها محمد بركات . وموقعها الإلكتروني
- ^٤هي صحيفة أسبوعية تصدر كل يوم سبت عن مؤسسة أخبار اليوم ، ويرأس تحريرها ممتاز القط وموقعها الإلكتروني <http://www.akhbarelyom.org/> وهو موقع متناسق الألوان يتيح إمكانية البحث ، ويوجد أرشيف للأعداد السابقة ودفتر للزوار يتيح لكل زائر كتاب تعليق على الموقع ويراه باقي الزوار ، وينشر معظم المادة المنشورة في الصحيفة الورقية .
- ^٥هي صحيفة يومية مصرية صباحية ، وهي أول صحيفة يومية تظهر على الإنترنت وتدخل عالم الصحف الإلكترونية في ١٦ فبراير ١٩٩٧م ، ويرأس تحريرها محمد علي إبراهيم وموقعها الإلكتروني
- <http://www.algomhuria.net.eg/algomhuria/today/fpage/> وهو موقع تستخدم فيه الجرافيك بكثرة ، ولا توجد فيه خدمة البحث ، وبه خدمة الرجوع إلى أعداد جريدة الجمهورية السابقة (الأرشيف) ، وروابط للدخول إلى بقية إصدارات دار التحرير للطبع والنشر ، وخدمة قراءة الصحف بنظام ال PDF
- ^٦هي صحيفة أسبوعية مستقلة تصدر كل يوم اثنين صدر العدد الأول منها "يوم ١٧ فبراير ١٩٩٧ بعد أن اجتازت عدة إجراءات إدارية عبر مصلحة الشركات وهيئة سوق المال والمجلس الأعلى للصحافة، حيث تم تأسيس الصحيفة وفقاً لنظام الشركات المساهمة الذي نص عليه قانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ والذي منح الأفراد حق إصدار "صحف خاصة" وفقاً لنظام الشركات المساهمة، ويرأس تحريرها مصطفى بكري. وموقعها الإلكتروني

٤٢,٨	٩٨	٦,٦	١٥	٣٦,٢	٨٣	آفاق عربية ^١
٦٠,٣	١٣٨	٢٦,٢	٦٠	٣٤,١	٧٨	الوفد ^٢
٣٨,٩	٨٩	٩,٢	٢١	٢٩,٧	٦٨	أخبار الأدب ^٣
٤٢,٨	٩٨	١٤	٣٢	٢٨,٨	٦٦	الأهالي ^٤
٣٩,٣	٩٠	١٣,٥	٣١	٢٥,٨	٥٩	أخبار الحوادث ^٥
٣٩,٧	٩١	١٤,٤	٣٣	٢٥,٣	٥٨	المساء ^٦
٣٣,٢	٧٦	٧,٩	١٨	٢٥,٣	٥٨	اللواء الإسلامي ^٧

جدول رقم (٢٢) يوضح أكثر الصحف الإلكترونية المصرية تفضيلا لدى النخبة

كما بينت الدراسة أن جريدة الأخبار أتت في المركز الثاني من حيث تفضيل النخبة لاستخدامها على الإنترنت ، حيث يحرص على قراءتها بانتظام ٥٢,٨ % ، في حين يقرأها ١٤ % من المبحوثين الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية أحيانا ، تليها صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية حيث تحظى بنسبة تعرض عالية أيضا (٤٦,٧ %) بانتظام ، (١٦,٦ %) أحيانا .

- ^١ هي صحيفة أسبوعية ، تصدر كل يوم خميس عن حزب الأحرار ، وتنطق بلسان الإخوان المسلمين المحظور نشاطها في مصر ، ويرأس تحريرها محمود عطية وموقعها الإلكتروني <http://www.afaqarabia.co/p> ، وهو موقع متوسط الإمكانيات ، به خدمة البحث والأرشيف والقوائم البريدية ، ويضم عددا من الأبواب مثل سكرتيرك الصحفي والمثاقب خانة ، ومناورات العلم .
- ^٢ هي صحيفة يومية معارضة تصدر عن حزب الوفد ، ويرأس تحريرها عباس الطرابيلى ، وموقعها الإلكتروني www.alwafd.org/front/index.php وهو موقع متوسط من حيث الجاذبية ، وبطيء لكثرة البيانات ، وبه محرك بحث يظهر في كل الصفحات ، وإمكانية البحث من جو ل من داخل الموقع ، واستفتاءات ونشرة بريدية وأرشيف للأعداد السابقة .
- ^٣ هي جريدة أسبوعية متخصصة تصدر عن مؤسسة أخبار اليوم ، وتصدر كل يوم أحد ، ويرأس تحريرها جمال الغيطاني ، وموقعها الإلكتروني <http://adab.akhbarelyom.org/> ، ويضم الموقع إمكانيات البحث في المدد الحالي و الأعداد السابقة ، ويضم الأبواب التي تضمها النسخة الورقية مثل ساحة الإبداع ، وجسر الحنين ، ونقطة عبور .
- ^٤ هي جريدة أسبوعية تصدر عن حزب التجمع الوطني التقدمي الوحدوي كل يوم أربعاء ، ويرأس تحريرها نبيل زكي ، وموقعها الإلكتروني <http://www.al-ahaly.co> وهو موقع متواضع من حيث التصميم ومن حيث الخدمات التي يقدمها للزوار ، وينقسم إلى عدة أبواب مثل تحقيقات ، ثقافة وفنون ، أخبار وتقارير ، وهي أبواب للنسخة الورقية .
- ^٥ هي جريدة أسبوعية متخصصة في أخبار الجريمة ، وتصدر عن مؤسسة أخبار اليوم ، كل يوم ، ويرأس تحريرها محمود صلاح ، وموقعها الإلكتروني <http://www.hawadeth.akhbarelyom.org/issues/695/0110.html> وتتيح بعض الخدمات كالبحث والاشتراك في النسخة الورقية ، ودفتر للزوار لتسجيل آرائهم حول الموقع .
- ^٦ هي جريدة يومية مسائية تصدر عن دار التحرير للطبع والنشر ، ويرأس تحريرها ، وموقعها الإلكتروني <http://www.masrawy.com/Magazines/AlIwaa/x> وهو ليس موقعا مستقلا ، وإنما تستضيفه أحد المواقع وهو موقع مصري ، وهو موقع محدود الإمكانيات . ويحتوى على إعلانات خاصة بالموقع المضيف .

وكشفت نتائج الدراسة عن أن النسخة الإلكترونية من جريدة الجمهورية جاءت في الترتيب الرابع من حيث تفضيلات أفراد النخبة عينة الدراسة ، حيث حرص ٣٨% على الانتظام في قراءتها ، وتقرأها نفس النسبة بشكل غير منتظم . والملاحظ أن المواقع الإلكترونية للصحف المسماة بالقومية جاءت في الترتيب الأول من حيث تفضيلات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية ، وربما يعود هذا الأمر إلى الإمكانيات الفنية والتكنولوجية التي تتوفر للمؤسسات التي تصدر هذه الصحف ، والتي تتيح لها إمكانيات جودة التصميم والقدرة على جذب المستخدمين ، وهو مالا يتوفر لدى غيرها من الصحف التي إما أنها تصدر عن أحزاب متواضعة الإمكانيات الفنية والبشرية ، أو شركات مساهمة قليلة الإمكانيات أيضا .

كما أن المواقع الأكثر تفضيلا للصحف الإلكترونية خلت من الصحف الإلكترونية الخالصة التي ليس لها أصل مطبوع ، ويمكن القول إن واقع الصحف الإلكترونية المصرية لا يخرج عن هذا الاتجاه ، فالمواقع التابعة للصحف المطبوعة تشكل الجزء الرئيس في ظاهرة الصحافة الإلكترونية المصرية الحالية على الإنترنت ، أما المواقع التابعة لجهات غير صحفية (كبوابات الأخبار المستقلة ، ومواقع قنوات التلفزيون المصرية والأحزاب والمنظمات والهيئات وغيرها) فهي إما غير موجودة أصلا ، أو لا تمارس أي نوع من الصحافة الإلكترونية ، أو قليلة العدد ولا تشكل ظاهرة ، ومن هنا يصبح الحديث عن الصحافة الإلكترونية المصرية من الناحية العملية حديثا عن مواقع الصحف المطبوعة ، وليس غيرها ^١.

وبينت الدراسة أن الصحيفة الخامسة في قائمة الصحف المصرية الأكثر تفضيلا لدى النخبة المصرية كانت جريدة الأسبوع المستقلة ، إذ حرص ٣٦,٧% على قراءتها بانتظام ، ويقرأها ٢٠,١% أحيانا ، وتتميز بأسلوب نقدي مميز كفل

^١ جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة : المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، العدد ١١٤ ، يناير - مارس ٢٠٠٤) ص ٢٢٧

لها شخصية مختلفة عن سائر الصحف الأخرى ، تلتها جريدة آفاق عربية التي تعبر بشكل كبير عن طائفة الإخوان المسلمين في مصر ، وقد ورثت جمهورا كبيرا كان يحرص على قراءة جريدة الشعب التي أغلق موقعها بقرار من سلطات الأمن المصرية عام ٢٠٠٤م ، ويحرص - كما أشارت النتائج ٣٦,٢% من قراء الصحف الإلكترونية من المبحوثين على قراءتها بانتظام ، ويقرأها ٦,٦% بشكل متقطع .

وجاءت جريدة الوفد التي تصدر عن حزب الوفد المعارض في مصر في المركز السابع من حيث تفضيلات النخبة للصحافة الإلكترونية ، ويحرص ٣٤% على قراءتها بانتظام ، ويقرأها ٢٢% أحيانا .

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود جريدة أخبار الأدب في الترتيب الثامن ويقرأها ٢٩,٧% بانتظام ، و ٩,٢% أحيانا ، وربما انفردت هذه الدراسة بتقديم صحيفة إلكترونية متخصصة في الأدب في قائمة الصحف الأكثر تفضيلا ، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة المبحوثين ، فالمفترض أن النخبة هم الأكثر ثقافة في المجتمع ، وهم الأكثر تذوقا للإبداع والفن ، والأكثر إنتاجا لهما .

ودلت نتائج الدراسة على مجيء جريدة الأهالي في المركز التاسع من بين الصحف المصرية ويحرص على قراءتها بانتظام ٢٨,٨% ، ويقرأها ١٤% أحيانا تلتها في المركز العاشر أخبار الحوادث ، إذ يحرص على قراءتها بانتظام ٢٥,٨% ، ويقرأها ١٣,٥% أحيانا ، ثم جريدتي المساء واللواء الإسلامي ، ويحرص على قراءتهما بانتظام ٢٥,٣% من إجمالي عينة الدراسة الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية المصرية .

ثم جاء سبترتيب أقل - عدد آخر من الصحف المصرية الموجودة على شبكة الإنترنت مثل (الأهرام المسائي ، الأهرام العربي ، السياسة الدولية ، الشباب ، نصف الدنيا ، الأهرام الاقتصادي ، أخبار الرياضة ، بلبل ، العلم ، السيارات ، مصر اليوم ، الموقف العربي ، المنار) على النحو المشار إليه في الجدول التفصيلي رقم () في ملحق الدراسة .

كما أشارت الدراسة أن فئة أخرى بلغت ١٥,٣% ، حيث ذكر عدد من المبحوثين مواقع لصحف أخرى لم تشتمل عليها الاستبانة مثل جريدة القاهرة ، الميثاق العربي، شباب مصر ، والأخيرتين ليس لهما امتداد ورقي ، وتعد جريدة شباب مصر من أنجح الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل مطبوع ، حيث بعض المزايا التفاعلية كإمكانية التعليق من المستخدم على المقالات الواردة بالصحيفة ، وإمكانية كتابة المقالات نفسها ، وكثرة استطلاعات الرأي بالموقع ، والتنوع والجرأة في تناول القضايا والأحداث الداخلية والموضوعات المختلفة .

٢- مستويات التفضيل بين المواد التي تنشرها الصحف الإلكترونية المصرية :

كشفت نتائج الدراسة أن أكثر المضامين تفضيلاً في الصحف الإلكترونية المصرية هي المادة الإخبارية المتعلقة بالموضوعات السياسية ، حيث ذكر ٧٣,٤% أنهم يحرصون على قراءتها بانتظام ، وذكر ١٧,٤% أنهم يقرؤونها أحياناً ، في حين لم يذكر سوى ٩,٢% من عينة الدراسة أنهم لا يقرؤونها . ويتضح من ذلك أن المضمون الإخباري المتعلق بالأحداث والشئون السياسية هو الأكثر تفضيلاً ، فالصحف الإلكترونية تمثل المصدر الرئيس للأخبار بالنسبة لمستخدمي الإنترنت ، ففي حالة وقوع حدث مهم يتوجه المستخدمون إلى المواقع الإخبارية مباشرة على الشبكة ، وفي مقدمتها مواقع الصحف الكبرى للحصول على المعلومات الخيرية^١ .

وبينت نتائج الدراسة أن الموضوعات والأخبار المحلية جاءت في المركز الثاني من حيث تفضيلات مستخدمي الصحف الإلكترونية ، حيث حرص ٦٠,٣% من عينة الدراسة على قراءتها بانتظام ، و ٢٤,٩% أحياناً ، وذكر ١٤,٨% أنهم لا يقرؤونها على الإنترنت ، والملاحظ أن الصحف الإلكترونية لا تولي اهتماماً كبيراً بهذا النوع من الأخبار ، بحيث لا تنشر سوى ما هو

^١د. حمدي نصر ، الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية ، مصدر سابق ، ص ١٠١

مطبوع في نسختها الورقية دون إعداد الروابط Links للاستزادة من الأخبار المحلية رغم ارتفاع نسبة تفضيلها كما أظهرت هذه الدراسة .

الفئة	بالمستمرار	أحيانا	لا أقرأها			
	ك	%	ك	%	ك	%
الموضوعات والأخبار السياسية	١٦٨	٧٣,٤	٤٠	١٧,٤	٢١	٩,٢%
أخبار الاقتصاد والبورصة	٧٢	٣١,٤	٦٠	٢٦,٢	٩٧	٤٢,٤
الموضوعات الثقافية والأدبية	٦٠	٢٦,٢	١٠٨	٤٧,٢	٦١	٢٦,٦
الموضوعات الرياضية	٩٨	٤٢,٨	٥٠	٢١,٨	٨١	٣٥,٤
الأخبار المحلية	١٣٨	٦٠,٣	٥٧	٢٤,٩	٣٤	١٤,٨
مقالات الكتاب وصفحات الرأي	١٢٣	٥٣,٧	٨٤	٣٦,٧	٢٢	٩,٦
الموضوعات الفنية	٦٥	٢٨,٤	٨٧	٣٨%	٧٧	٣٣,٦
أخرى	٣٦	١٥,٧	٤	١,٧	-	-

جدول رقم (٢٣) تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية المصرية

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أجريت على مستخدمي الصحف الإلكترونية الأمريكية ، حيث تبين أن الأخبار المحلية مثلت أكثر مضامين الصحف الإلكترونية شعبية لدى المستخدمين ، ومع ذلك فإن المستخدمين لا زالوا يشعرون بعدم الرضا عما تقدمه الصحافة الإلكترونية من أخبار محلية ، وتوصلت دراسة أخرى إلى أن متصفح الصحف الإلكترونية الصغيرة يهتمون بالأخبار المحلية أكثر من اهتمام قراء الصحف الإلكترونية الكبيرة بهذه النوعية من الأخبار ، وتشير نتائج الاستبيان الذي أجرته مجلة الباحث والناشر Editor and Publisher أن ٨٣% من مستخدمي مواقع الصحف التي يقل توزيعها عن ٢٥٠ ألف نسخة يبدون اهتماما أكبر بالأخبار المحلية

وذلك في مقابل ٥٨% من مستخدمي مواقع الصحف التي يزيد توزيعها عن ٢٥٠ ألف نسخة^١.

وجاءت مقالات الكتاب وصفحات الرأي في المرتبة الثالثة في قائمة تفضيلات النخبة المصرية للصحف الإلكترونية ، وذلك بالرغم من الحديث عن عدم مناسبة شاشة الحاسب الآلي لقراءة المقالات الطويلة ، إلا أن ٥٣,٧% ممن يقرؤون الصحف الإلكترونية من المبحوثين ذكروا أنهم يقرؤونها بانتظام ، وذكر ٣٦,٧% أنهم يقرؤونها أحيانا ، وذكر ٩,٦% أنهم لا يقرؤونها على الإنترنت ، وذكر بعض المبحوثين أنه ربما يدخل على موقع الصحيفة لتحميل أو قراءة مقال لكاتب مفضل لديه .

وفي المرتبة الرابعة جاءت الموضوعات الرياضية ، وينتظم في قراءتها ٤٢,٨% ، ويقرأها أحيانا ٢١,٨% ، في حين ذكر ٣٥,٤% أنهم لا يقرؤون هذه الموضوعات على الإنترنت ، ويرجع ارتفاع نسبة من يفضلون الموضوعات الرياضية إلى أنها تستحوذ على اهتمام قطاعات كبيرة من الجمهور ، ولا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة ، بل إن أي صحيفة أو مجلة عندما تصدر يعطي المشرفون عليها اهتماما خاصا بالقسم الرياضي بهدف الحرص على تحقيق أكبر قدر من الربح^٢.

وكشفت نتائج الدراسة عن تأخر الموضوعات الاقتصادية وأخبار البورصة إلى المركز الخامس ، إذ يحرص على قراءتها ٣١,٤% بانتظام ، و ٢٦,٢% يقرؤونها أحيانا ، في حين لا يقرأها ٤٢,٤% وربما يرجع ذلك إلى طبيعة الموضوعات الاقتصادية التي تتسم بالجدية والتخصص إلى حد كبير .

كما أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن ٢٨,٤% يقرؤون الموضوعات الفنية بانتظام ، وأن ٣٨% يقرؤونها أحيانا ، و ٣٣,٦% لا يقرؤون هذه المادة على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية .

^١المصدر السابق نفسه ، ص ١٣٧

^٢د. صلاح عبد اللطيف ، الصحافة المتخصصة (القاهرة : دار القومية العربية للثقافة والنشر ، ١٩٩٧) ص ١٤٥

كما بينت النتائج أن ٢٦,٢% يقرؤون الموضوعات الثقافية والأدبية بانتظام على مواقع الصحف الإلكترونية ، وأن ٤٧,٢% يقرؤونها أحيانا ، وأن ٢٦,٦% من المبحوثين لا يقرؤونها ، كما أظهرت أن ١٥,٧% يقرؤون موضوعات أخرى بانتظام ، وأن ١,٧% يتعرضون لفئات أخرى بشكل غير منتظم ، مثل البحث عن إعلانات في أبواب الوظائف أو العقارات ، أو التعرف على حالة الطقس ومواقيت الصلاة .

٣- مستويات تفضيل المبحوثين لمواد الرأي والمقالات في

الصحف الإلكترونية المصرية

يوضح الجدول التالي أكثر الكتاب تفضيلا لدى النخبة المصرية في الصحف الإلكترونية المصرية :

اسم الكاتب	ك	%
أنيس منصور	١٠١	٤٤,١%
فهمي هويدي	٩٥	٤١,٥%
سلامة أحمد سلامة	٥٤	٢٣,٦%
إبراهيم سعده	٥١	٢٢,٣%
أحمد رجب	٣٦	١٥,٧%
حسن المستكاوي	٢٨	١٢,٢%
صلاح منتصر	٢٨	١٢,٢%
إبراهيم نافع	٢٠	٨,٧%
سمير رجب	١٧	٧,٤%
أحمد بهجت	١٥	٦,٦%
لا أذكر	٥٢	٢٢,٧%
أخرى	٨٢	٣٥,٨%

جدول رقم (٢٤) الكتاب المفضلون في الصحف الإلكترونية المصرية

أظهرت نتائج الدراسة نسبة تفضيل عالية نسبيا لمواد الرأي والمادة المقالية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ، إذ يحرص على قراءتها بانتظام ٥٣,٧ % ، و ٣٦,٧% أحيانا ، وجاء تفضيل العينة لكتاب المقالات المصرية على النحو الموضح في الجدول رقم (٢٤) بالترتيب الآتي (أنيس منصور ، فهمي هويدي ، سلامة أحمد سلامة ، إبراهيم سعدة ، أحمد رجب ، حسن المستكاوي ، صلاح منتصر ، إبراهيم نافع ، سمير رجب ، أحمد بهجت) في حين ذكر ٢٢,٧% من المبحوثين أنهم يقرؤون مواد الرأي لكنهم لا يتذكرون أسماء كتاب هذه المواد ، وذكر ٣٥,٨% من العينة أنهم يحرصون على القراءة لكتاب آخرين مثل الدكتور زغلول النجار وأحمد عبد الهادي ود. رفعت السعيد .

٤- دوافع التعرض للصحف الإلكترونية المصرية

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن الدوافع والحاجات المعرفية جاءت على رأس دوافع تعرض النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية ، فقد وافق ٨٣% على أنهم يستخدمون الصحف الإلكترونية بدافع تزويدهم بالأخبار الفورية والمعلومات ، حيث وافق ٣٥,٤% على هذا الدافع ، ووافق عليه بشدة ٤٧,٦% من إجمالي من يقرؤون الصحف الإلكترونية من عينة الدراسة ، بينما أبدى ١٠,٤% عدم موافقتهم على ذلك ، منهم ٢,٦% غير موافقين على الإطلاق ، في حين لم يبد ٦,٦% رأيهم في ذلك .

وتأكيدا على أهمية الدوافع المعرفية لدى المبحوثين ، فقد وافق ٦٧,٦% على أنهم يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية بدافع معرفة الأخبار المحلية في مواقع هذه الصحف ، وإن اختلفت درجة موافقتهم على ذلك ، ففي حين وافق على هذا الدافع بشدة ٣٥,٤% ، وافق ٣٢,٣% من المبحوثين بدرجة أقل على ذلك ،

الاتجاه الفئة		موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		لا رأي لي		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لأنها تزودني بالأخبار والمعلومات الفورية		١٠٩	٤٧,٦	٨١	٣٥,٤	١٨	٧,٨	٦	٢,٦	١٥	٦,٦	٢٢	١٠,٩
لأنني تعودت على قراءة الصحف المصرية		٣٢	١٤	٥٦	٢٤,٥	٤٧	٢٠,٥	٤١	١٧,٩	٥٣	٢٣,١	٢٢	١٠,٩
لأنني أبحث فيها عن الأخبار المحلية		٨١	٣٥,٤	٧٤	٣٢,٣	٤٠	١٧,٥	٢٥	١٠,٩	٩	٣,٩	٢٢	١٠,٩
لأنها توفر لي ثمن الصحف الورقية		٧١	٣١%	٥٨	٢٥,٣%	٣٠	١٣,٣%	٦٢	٢٧,١%	٨	٣,٥	٢٢	١٠,٩
لأنها غير متاحة في شكلها المطبوع		١٥	٦,٦%	١٨	٧,٨%	٧١	٣١%	١١	٥,٢%	٦	٢,٦	٢٢	١٠,٩
لأنها تتيح لي قراءة الصحف قبل نزولها في الأسواق		٨٣	٣٦,٢	٦٩	٣٠,١	٢٢	٩,٦%	١٢	٥,٣	٤٣	١٨,٨	٢٢	١٠,٩
أخرى		٢١	٩,٢%	٧	٣%	-	-	-	-	-	-	٢٨	١٢,٢%

جدول رقم (٢٥) دوافع استخدام الصحافة المصرية

واعترض على هذا الدافع ٢٨,٤% ، منهم ١٠,٩ أبدوا اعتراضهم الشديد على ذلك .

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة أخرى توصلت إلى تبوء الحاجات المعرفية المكانة الأولى من جملة دوافع استخدام مواقع هذه الصحف ، حيث أجاب ٦٦

% من المبحوثين أنهم يدخلون مواقع هذه الصحف بدافع معرفة الأخبار ، وأن ٣١% منهم يستخدمون هذه المواقع بدافع استخدامها كمصادر للمعلومات ^١ . وكشفت نتائج الدراسة الحالية عن تأثير الدوافع النفسية (المرتبطة بالمنفعة والمصلحة الشخصية للمبحوثين) وكان لها دور كبير في استخدام النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية ، ففيما يتعلق بإتاحة قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق أجاب ٦٦,٣% بالموافقة على استخدامهم لها بناء على هذا الدافع ، حيث وافق بشدة ٣٦,٢% من المبحوثين المستخدمين للصحف الإلكترونية المصرية ، ووافق بدرجة أقل ٣٠,١% من عينة الدراسة ، في حين رفض ١٤,٩% من المبحوثين هذا الدافع ما بين غير موافق ٩,٦% ، وغير موافق على الإطلاق ٥,٣% ، ولم يحدد ١٨,٨% رأيه في ذلك ، ويتضح مما سبق رغبة مستخدمي الإنترنت ومواقع الصحف الإلكترونية الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة ، فيما يتعلق بسهولة الانتشار ، والوصول إلى المتلقين في أي مكان في توقيت واحد .

وأظهرت نتائج الدراسة أن ٥٦,٣% من المبحوثين يستخدمون الصحف الإلكترونية المصرية لأنها توفر لهم ثمن الصحيفة الورقية ، ما بين موافق ٢٥,٣% ، وموافق بشدة ٣١% ، في حين لم يوافق ٤٠,٢% من المبحوثين على استخدامهم للصحف الإلكترونية المصرية بدافع توفير ثمنها ، منهم ٢٧,١% أبدوا معارضتهم الشديدة لهذا الأمر ، ولم يحدد ٣,٥% رأيهم في ذلك ، ويبرر ارتفاع نسبة الموافقة على هذا الدافع (٥٦,٣%) أن الدخول على مواقع الصحف الإلكترونية يمكن المستخدم من تحميل الصحيفة كاملة على جهاز الكمبيوتر ربما في أقل من عشر دقائق ، وذلك حسب سرعة التحميل على المواقع التي قد تختلف من صحيفة لأخرى (تبلغ تكلفة الدخول على الإنترنت عبر الأرقام المجانية على الهاتف ٢ قرش لكل دقيقة) ، بالإضافة إلى أن نسبة

^١ منها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٢٥٦

غير قليلة من مستخدمي الصحف الإلكترونية قد تدخل على موقعها لقراءة خبر ما أو متابعة كاتب مفضل لديهم ، دون الحاجة لقراءة الصحيفة كاملة .

وأظهرت نتائج الدراسة أن نسبة قليلة تستخدم الصحف الإلكترونية المصرية بدافع عدم وجودها بشكل مطبوع على الورق (١٤,٤%) ، منهم ٦,٦% وافقوا على ذلك بشدة ، و٧,٨% وافقوا بدرجة أقل ، بينما أبدى غالبية الباحثين (٨٣%) عدم موافقتهم على هذا الدافع ، منهم ٣١% غير موافق ، و ٥٢% غير موافق على الإطلاق ، ولم يذكر ٢,٦% من الباحثين رأيهم في تلك الجزئية ، وتتضح هذه النتيجة في إطار ضعف أو ندرة الصحف الإلكترونية المصرية التي ليس لها أصل ورقي ، وانحصار مجتمع الصحافة الإلكترونية في مصر بنسبة كبيرة على مواقع الصحف الطباعية ، كما تتفق هذه النتيجة مع نتيجة التساؤل الخاص بتفضيلات عينة الدراسة الحالية للصحف الإلكترونية المصرية ، حيث لم يذكر الباحثون أنهم يستخدمون صحفا من هذا النوع سوى ما ورد في فئة أخرى البالغة ١٥,٣% من عينة الدراسة ، حيث أجابوا بأنهم يستخدمون مواقع صحف متعددة من بينها صحف ليس لها أصل ورقي .

وبينت نتائج الدراسة أن ٣٨,٥% من عينة الدراسة التي تقرأ الصحف الإلكترونية المصرية يستخدمونها بدافع أنهم تعودوا على قراءة الصحف المصرية المطبوعة ، فلما وفرت لهم تكنولوجيا الحاسب الآلي والإنترنت هذه الميزة وسهلت استخدامها استخدموها بناء على دوافع التكامل الشخصي طبقا لتصنيف كاتز للحاجات والدوافع التي تشير إلى الاستقرار والتعود على أمر ما ، ووافق على ذلك بشدة ١٤% ، ووافق بدرجة أقل ٢٤,٥% ، بينما لم يوافق ٣٨,٤% على هذا الدافع ما بين غير موافق وغير موافق على الإطلاق ، ولم يحدد ٢٣,١% من العينة رأيهم في ذلك .

كما أشارت الدراسة إلى أن ١٢,٢% من المبحوثين استخدموا الصحف الإلكترونية المصرية بدوافع أخرى مثل دافع الفضول ، وحب الاستطلاع ، وغيرها من الدوافع .

٤- المشاركة النشطة للنخبة أثناء استخدام الصحافة الإلكترونية المصرية

يشير مفهوم الجمهور النشط في هذا السياق إلى استخدام واحد أو أكثر من الأشكال التفاعلية التي تميز الصحف الإلكترونية عن مثيلتها الورقية ، بالإضافة إلى ما يدل عليه مفهوم الجمهور النشط عموما من عمليات الانتقاء والاختيار .

وبينت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال التفاعلية استخداما من النخبة عينة الدراسة كانت المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي التي تقوم بعض الصحف بإعدادها للتصويت لمستخدميها ، حيث ذكر ٨١,٧% من المبحوثين أنهم يستخدمون هذا الشكل التفاعلي ، منهم ٤٢,٤% يشتركون في الاستفتاءات بانتظام ، و٣٩,٣% يشاركون فيها بين الحين والآخر ، بينما ذكر ١٨,٣% فقط من المبحوثين أنهم لا يشتركون في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي .

وبينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين للبريد الإلكتروني الذي يتيح الموقع التابع له الصحيفة جاء في المرتبة الثانية ، ولكن بنسبة ليست عالية (٣٨,٩%) ، ويحرص ١٣,١% من المبحوثين على استخدام البريد الإلكتروني على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غالبا ، ويستخدمه ٢٥,٨% أحيانا ، في حين لا يستخدمه ٦١,١% من المبحوثين ، وربما يرجع ذلك إلى:

- أن هناك أماكن أخرى تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية بإمكانيات ومساحات أكبر .
- وأن غالبية الصحف الإلكترونية تشترط للاستفادة من هذه الخدمة الدخول على الخادم Server الخاص بموقع الصحيفة من خلال أرقام تليفونات خاصة بها .

- وأن كثيرا من الصحف الإلكترونية المصرية لا تتيح لمستخدميها هذه الخدمة .

نمط الاستخدام الشكل التفاعلي	غالباً		أحياناً		لا أستخدمها		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المشاركة في غرف الحوار	٣٣	١٤,٤ %	٣٩	١٧ %	١٥٧	٦٨,٦ %	٢٢٩	١٠٠ %
خدمة المراسلة	١٢	٥,٢ %	٢٥	١٠,٩ %	١٩٢	٨٣,٩ %	٢٢٩	١٠٠ %
البريد الإلكتروني	٣٠	١٣,١ %	٥٩	٢٥,٨ %	١٤٠	٦١,١ %	٢٢٩	١٠٠ %
الاستفتاءات و استطلاعات الرأي	٩٧	٤٢,٤ %	٩٠	٣٩,٣ %	٤٢	١٨,٣ %	٢٢٩	١٠٠ %
القوائم البريدية	٢٧	١١,٨ %	٤١	١٧,٩ %	١٦١	٧٠,٣ %	٢٢٩	١٠٠ %

جدول رقم (٢٦) الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية المصرية

كما كشفت الدراسة عن قلة مشاركة المبحوثين في غرف الحوار والنقاش Chat Rooms على مواقعها ، إذ لا يستخدم هذه الإمكانية سوى ٣١,٤ % من المبحوثين ، منهم ١٤,٤ % فقط يستخدمونها غالباً ، و ١٧ % يستخدمونها أحياناً ، وبلغت نسبة من لا يدخل على ساحات الحوار في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ٦٨,٦ % من المبحوثين ، ويرجع ذلك إلى أن كثيراً من مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لا توفر هذه الخدمة لمستخدميها ، الأمر الذي يبين أنها لا تستفيد من كثير من الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها لها شبكة الإنترنت .

وأظهرت نتائج الدراسة أن ٢٧,٩% من المبحوثين يستخدمون القوائم البريدية ، ١١,٨% يستخدمونها غالبا ، و ١٧,٩% يستخدمونها أحيانا ، وبلغت نسبة من لا يستخدمون القوائم البريدية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ٧٠,٣% من عينة الدراسة .

كما دلت نتائج الدراسة أن نسبة ضعيفة تستخدم خدمة المراسل Messenger على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية (١٦,١%) حيث يستخدمها ٥,٢% غالبا ، ١٠,٩% أحيانا ، في حين لا يستخدم المراسل ٨٣,٩% من عينة الدراسة الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية المصرية .

وتؤكد هذه النتائج على أن مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غير قادرة حتى الآن على اجتذاب أعداد كبيرة من القراء الذين يفضلون مثل هذه الممارسات التكنولوجية التفاعلية على الإنترنت .

٥ - الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية

بينت نتائج الدراسة أن الإشباعات المتحققة للنخبة من استخدامهم للصحف الإلكترونية المصرية جاءت كما يلي :

- جاء الإشباع المتعلق بتزويد المستخدمين بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها في المرتبة الأولى من حيث ترتيب الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية ، وافق على ذلك ٦٧,٧% منهم ٤١,٥% وافقوا عليه بشدة ، بينما وافق عليه بدرجة أقل ٢٦,٢% من المبحوثين ، ولم يوافق ٢٨,٣% من عينة الدراسة ما بين غير موافق ١٥,٢% و ١٣,١% غير موافق على الإطلاق ، ولم يحدد ٤% رأيهم في ذلك .

الاتجاه										الفئة
موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		لا رأي لي		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٢٧	١١,٨% <td>٦٩</td> <td>٣٠,١%<td>٤٢</td><td>١٨,٤%<td>٦٣</td><td>٢٧,٥%<td>٢٨</td><td>١٢,٢%<td>تتلى كافة احتياجاتي الصحفية</td></td></td></td></td>	٦٩	٣٠,١% <td>٤٢</td> <td>١٨,٤%<td>٦٣</td><td>٢٧,٥%<td>٢٨</td><td>١٢,٢%<td>تتلى كافة احتياجاتي الصحفية</td></td></td></td>	٤٢	١٨,٤% <td>٦٣</td> <td>٢٧,٥%<td>٢٨</td><td>١٢,٢%<td>تتلى كافة احتياجاتي الصحفية</td></td></td>	٦٣	٢٧,٥% <td>٢٨</td> <td>١٢,٢%<td>تتلى كافة احتياجاتي الصحفية</td></td>	٢٨	١٢,٢% <td>تتلى كافة احتياجاتي الصحفية</td>	تتلى كافة احتياجاتي الصحفية
٩٥	٤١,٨% <td>٦٠</td> <td>٢٦,٢%<td>٣٥</td><td>١٥,٥%<td>٣٠</td><td>١٣,١%<td>٩</td><td>٤,٠%<td>تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها</td></td></td></td></td>	٦٠	٢٦,٢% <td>٣٥</td> <td>١٥,٥%<td>٣٠</td><td>١٣,١%<td>٩</td><td>٤,٠%<td>تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها</td></td></td></td>	٣٥	١٥,٥% <td>٣٠</td> <td>١٣,١%<td>٩</td><td>٤,٠%<td>تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها</td></td></td>	٣٠	١٣,١% <td>٩</td> <td>٤,٠%<td>تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها</td></td>	٩	٤,٠% <td>تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها</td>	تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها
٢١	٩,٢% <td>٣٢</td> <td>١٤,٠%<td>٢٩</td><td>١٢,٧%<td>١٠</td><td>٤,٦%<td>٤١</td><td>١٧,٩%<td>أكتسب منها مهارات جديدة</td></td></td></td></td>	٣٢	١٤,٠% <td>٢٩</td> <td>١٢,٧%<td>١٠</td><td>٤,٦%<td>٤١</td><td>١٧,٩%<td>أكتسب منها مهارات جديدة</td></td></td></td>	٢٩	١٢,٧% <td>١٠</td> <td>٤,٦%<td>٤١</td><td>١٧,٩%<td>أكتسب منها مهارات جديدة</td></td></td>	١٠	٤,٦% <td>٤١</td> <td>١٧,٩%<td>أكتسب منها مهارات جديدة</td></td>	٤١	١٧,٩% <td>أكتسب منها مهارات جديدة</td>	أكتسب منها مهارات جديدة
١٩	٨,٣% <td>٢٥</td> <td>١٠,٩%<td>١٧</td><td>٧,٤%<td>٨٧</td><td>٣٨,٨%<td>٨١</td><td>٣٥,٤%<td>وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية</td></td></td></td></td>	٢٥	١٠,٩% <td>١٧</td> <td>٧,٤%<td>٨٧</td><td>٣٨,٨%<td>٨١</td><td>٣٥,٤%<td>وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية</td></td></td></td>	١٧	٧,٤% <td>٨٧</td> <td>٣٨,٨%<td>٨١</td><td>٣٥,٤%<td>وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية</td></td></td>	٨٧	٣٨,٨% <td>٨١</td> <td>٣٥,٤%<td>وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية</td></td>	٨١	٣٥,٤% <td>وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية</td>	وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية
١٩	٨,٣% <td>٧</td> <td>٣,٠%<td>—</td><td>—</td><td>—</td><td>—</td><td>—</td><td>—</td><td>أخرى</td></td>	٧	٣,٠% <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>أخرى</td>	—	—	—	—	—	—	أخرى

جدول رقم (٢٧) يوضح الإشباع المتحقق من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية

- وأظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية المصرية تلبي كافة احتياجات المستخدم الصحفية عند ٤١,٩% من عينة الدراسة ، ١١,٨% وافقوا عليه بشدة ، و ٣٠,١% وافقوا عليه بدرجة أقل ، بينما اعترض عليه ٤٥,٩% ، وجاءت عدم موافقتهم كالتالي : ١٨,٤% غير موافق ، ٢٧,٥% غير موافق على الإطلاق ، ولم يبد ١٢,٣% رأيهم في ذلك ، ويرجع مجيء هذين الإشباعين في مقدمة إشباعات التعرض للصحف الإلكترونية المصرية إلى أن الاستخدام الخبري للصحافة الإلكترونية يعد استخداما عاليا ، فالوظيفة الإخبارية لأي وسيلة إعلامية بشكل عام تأتي في مقدمة

الوظائف التي تضطلع بها ، كما أظهرت هذه النتائج قدرا معقولا من رضا المبحوثين عن أداء الصحافة الإلكترونية المصرية للدور المتمثل في إمدادهم بالأخبار وكافة الفنون والخدمات الصحفية الأخرى .

- وبينت نتائج الدراسة أن النخبة المصرية لا ترى في استخدام مواقع الصحف الإلكترونية تنمية لمهاراتهم أو لاكتساب مهارات جديدة من خلال تعرضهم لها ، إذ يرون فيها مجرد بديل إلكتروني للصحف الورقية لا تحتوي على مهارات جديدة ، حيث ذكر ٢٣,٢% فقط من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الصحف الإلكترونية لإشباع حاجتهم إلى تنمية واكتساب مهارات جديدة ، وافق ٩,٢% عليه بشدة ، ووافق بدرجة أقل ١٤% ، بينما رأى ٥٨,٩% من المبحوثين أن الصحف الإلكترونية المصرية لا تحقق هذا الإشباع ما بين غير موافق ١٢,٧% ، وغير موافق على الإطلاق ٤٦,٢% ، بما قد يشير إلى خلو هذه المواقع مما من شأنه إكساب المستخدمين مهارات جديدة غير متوفرة في الصحف الورقية ، وأجاب ١٧,٩% أنهم لا يستطيعون تحديد آرائهم إزاء ذلك .

- كما أظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية لا تلبي الحاجة إلى التسلية والترفيه إلا بنسبة قليلة ، حيث لم يوافق على تحقيق هذا الإشباع سوى ١٩,٢% من عينة الدراسة ما بين موافق بشدة ٨,٣% ، موافق فقط ١٠,٩% ، في حين لم يوافق على أداء الصحافة الإلكترونية المصرية هذا الدور ٤٥,٤% من المبحوثين ، منهم ٢٨% أكدوا ذلك بشدة ، ولم يبد ٣٥,٤% رأيهم في ذلك .

ويبرر هذا الأمر انتشار المواقع التي تحقق وتُسَبِّح رغبات مستخدمي الإنترنت في التسلية والترفيه بشكل مكثف بخلاف مواقع الصحف الإلكترونية ، كما قد تعطي مؤشرا على أن النخبة المصرية تبحث عن تلبية الإشباع المعرفية والعملية أكثر من تلبية إشباع متعلقة بالتسلية والترفيه - على الأقل في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية - .

- وجاءت فئة أخرى لتشير إلى أن ١١,٣% من المبحوثين ذكروا إشباعات أخرى تحققها الصحف الإلكترونية المصرية .
وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة أخرى أجريت على الجمهور العام ،
وأكدت أن ٧٠% من المبحوثين ذكروا أن الصحف الإلكترونية تلبي عدة
إشباعات كالتعرف على تطور الأخبار وزيادة الثقافة الشخصية ، والتحكم في
شكل ومستوى المعلومات بنسبة ٢٧% ، والتسلية وشغل وقت الفراغ بنسبة
١٩% ، والتعليق وإبداء الرأي بنسبة ١٣% ، وتكوين صداقات جديدة ،
والتعرف على آراء الآخرين بنسبة ٦%^١.

^١ أمها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٢٦٢

رابعاً : علاقة النخبة المصرية بالصحافة الإلكترونية العربية

أظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الإلكترونية العربية حظيت بنسبة استخدام عالية بين المبحوثين من أفراد النخبة المصرية ، وجاءت في المركز الثاني بنسبة ٦٩,٦% من إجمالي المبحوثين .

١ - أكثر الصحف الإلكترونية العربية تفضيلاً:

يوضح الجدول التالي أكثر الصحف الإلكترونية استخداماً من عينة الدراسة :

مستوى التعرض الصحيفة	بانتظام		أحياناً		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الشرق الأوسط ^١	٧٤	٣٧,٦	٩٥	٤٨,٢	١٦٩	٨٥,٨
الحياة ^٢	٦٠	٣٠,٥	٧٧	٣٩,١	١٣٧	٦٩,٥
الجزيرة ^٣	٥٩	٢٩,٩	٧٢	٣٦,٥	١٣١	٦٦,٥

^١ هي جريدة يومية عربية تصدر من لندن عن الشركة السعودية للأبحاث والتسويق ، تأسست سنة ١٩٧٨م ، وقد ظهر العدد الإلكتروني الأول منها على الإنترنت في ٩ سبتمبر ١٩٩٥م ، ويرأس تحريرها طارق الحميد ، وموقعها الإلكتروني <http://www.asharqalawsat.com/> ويتميز موقعها بالعديد من الخدمات كالبحث والأرشيف والمشاركة في الاستفتاءات ، والقوائم البريدية وإمكانية قراءة نسخة إلكترونية بالإنجليزية ، وإمكانية إضافة تعليقات مباشرة على مقالات الكتاب ، وإمكانية تحميل بعض الخلفيات من الموقع screen caver ، والتصميم سهل وجذاب ، ومن أبوابها اقتصاد ، فنون وتلفزيون ، عرب وعجم ، المقالات ، عرض كتب ، ... الخ

^٢ هي جريدة يومية عربية صحيفة يومية سياسية عربية دولية مستقلة أسسها كامل مروة وصدر عددها الأول في بيروت ٢٨ كانون الثاني (يناير) ١٩٤٦ ، الموافق ٢٥ صفر ١٣٦٥ هـ. و عاودت صدورها عام ١٩٨٨. تصدر من لندن عن يونيو ١٩٩٦م ، وقد ظهر العدد الإلكتروني الأول منها على الإنترنت في ٩ سبتمبر ١٩٩٥م ، ويرأس تحريرها غسان شربل ، وموقعها الإلكتروني <http://www.daralhaya.com/> ويتميز موقعها بالتنسيق وحسن التصميم ، وتتبع عددا من الخدمات لمتصفح موقعها الإلكتروني مثل البحث وإمكانية التصفح بنظام ال PDF لكن بمقابل وليس مجانيا ، والاستفتاءات والقوائم البريدية ، ويضم موقعها إعلانات وخدمات مثل الطقس وأسعار العملات ونوافذ على إصدارات دار الحياة .

^٣ هي جريدة يومية سعودية وهي أول صحيفة يومية سعودية تدشن لها موقعاً على الإنترنت ، يرأس تحريرها خالد بن حامد المالكي ، وموقعها الإلكتروني <http://www.al-jazirah.com.sa/> وهو موقع ذو تصميم جيد يضم خدمات البحث والأرشيف والقوائم البريدية ، وبع عدد كبير من الإعلانات ، وبه عدد من الأقسام مثل منوعات ، الرأي ، خدمات الجزيرة ، مسابقة الجزيرة ... الخ

النهار ^١	٥٧	٢٨,٩	٣٣	١٦,٨	٩٠	٤٥,٧
الأيام ^٢	٤٧	٢٣,٩	٤٣	٢١,٨	٩٠	٤٥,٧
الشرق ^٣	٤٠	٢٠,٣	٦٨	٣٤,٥	١٠٨	٥٤,٨
البيان ^٤	٣٨	١٩,٣	٣٦	١٨,٣	٧٤	٣٧,٦
العربي ^٥	٣٠	١٥,٢	٤٧	٢٣,٩	٧٧	٣٩,١
تشرين ^٦	٣٩	١٩,٨	٥٢	٢٦,٤	٩١	٤٦,٢

جدول رقم (٢٨) الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين

ومن خلال هذا الجدول يتضح:

- أن موقع جريدة الشرق الأوسط على الإنترنت التي تصدر بالعربية من لندن هو أكثر مواقع الصحف العربية تعرضاً من النخبة المصرية ، إذ

- ^١ هي جريدة يومية لبنانية أسسها جبران تويني عام ١٩٣٣م ، يرأس تحريرها غسان تويني ، وموقعها الإلكتروني <http://www.annaharonline.com/> ، ويضم الموقع عدداً من الخدمات كالبحث والأرشيف ، وإمكانية قراءة الصحيفة بنظام ال PDF ، ويقسم الموقع إلى أبواب مثل العرب والعالم ، قضايا النهار ، مذاهب وأديان... الخ.
- ^٢ هي جريدة يومية فلسطينية صدر العدد الأول منها في ٢٥ ديسمبر ١٩٩٥م عن شركة الأيام للصحافة والطباعة والنشر ، يرأس تحريرها حسن البطل ، وموقعها الإلكتروني <http://www.al-ayyam.com/> ، ويضم الموقع بعض الخدمات كالبحث وخدمة الأرشيف ، وقراءة الصحيفة كاملة بنظام ال PDF وبالموقع دفتر للزوار لإبداء الرأي ورجع الصدى والبريد الإلكتروني ، بالإضافة إلى خدمات معرفة الطقس وأسعار العملات ، ومن أبوابها : أيام فلسطينية ، أيام عربية ، المقالات ، كاريكاتير اليوم.
- ^٣ هي جريدة يومية قطرية تصدر عن دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع ، يرأس تحريرها عبد اللطيف عبد الله آل محمود ، وموقعها الإلكتروني <http://www.al-sharq.com/> ، وموقعها متأسق من حيث الألوان والتصميم ، ويضم خدمات البحث والأرشيف ، والاستفتاءات ، وتنوع أبوابها مثل محليات ، العالم اليوم ، رأي الشرق ، مقالات ، وغيرها .
- ^٤ هي جريدة يومية إماراتية ، يرأس تحريرها طاعن شاهين ، وموقعها الإلكتروني <http://www.albayan.ae/servlet/Satellite?pagename=Bayan/Page/BayanPage&c=> ، وهو موقع جيد من حيث التصميم ، وتحتوي على عدد من الخدمات مثل البحث ، خدمة الأرشيف ، الاستفتاءات للمتصفحين ، وإمكانية كتابة تعليقات القراء في الصفحة الرئيسية وإمكانية الاشتراك في بعض الخدمات غير المجانية التي تقدمها الصحيفة مقابل ٣٠٠ درهم في السنة ، بالإضافة لوجود بعض الإعلانات بالموقع ، ويقسم الموقع إلى عدد من الأبواب مثل اقتصاد ، شئون محلية ، شئون عربية ، مقالات ، عرض كتب ، الخ.
- ^٥ هي صحيفة شهرية كويتية متخصصة في الشؤون الثقافية ، يرأس تحريرها سليمان العسكري ، وموقعها الإلكتروني <http://www.alarabimag.net> وهو موقع يتيح بعض الإمكانيات كالبحث ويعرض لبعض الإعلانات ، ويقسم الموقع إلى عدد من الأبواب مثل فكر ، ملفات ، مرآة الذاكرة .
- ^٦ هي جريدة يومية سورية ، يرأس تحريرها خلف الجراد ، وموقعها الإلكتروني <http://www.tishreen.info/> وهو موقع متوسط من حيث الجاذبية والتنسيق ، ويتيح خدمات البحث والأرشيف ، ويقسم إلى مجموعة من الأبواب مثل رأي تشرين ، أفاق ، اقتصاد... الخ.

- يتصفح هذا الموقع ٥٨,٨% من عينة الدراسة ، ٣٧,٦% بانتظام ، و ٤,٢% أحيانا ، بينما لا يقرؤها ٤,٦% ولا يعرف موقعها ٩,٦% .
- جاء في المركز الثاني جريدة الحياة - التي تصدر من لندن أيضا - بنسبة ٦٩,٥% ، حيث يحرص على قراءتها ٣٠,٥% بانتظام ، ويستخدمها ٣٩,١% بشكل غير منتظم ، في حين لا يقرؤها ١٨,٨% ولا يعرف موقعها ١١,٦% من إجمالي المبحوثين قراء الصحف الإلكترونية العربية . وتأتي كل من جريدة الشرق الأوسط والحياة في مقدمة الصحف الإلكترونية العربية تفضيلا لدى النخبة المصرية لما يتميز به موقعا هاتين الجريدتين من إمكانيات فنية وصحفية تفوق ما عداهما من الصحف العربية ، بالإضافة إلى أنهما من أوائل الصحف العربية وجودا على شبكة الإنترنت .
- كما دلت نتائج الدراسة على أن صحيفة الجزيرة السعودية جاءت في تفضيلات النخبة المصرية في الترتيب الثالث بنسبة ٦٦,٥% ، حيث يحرص على قراءتها بانتظام ٢٩,٩% ، و يقرؤها أحيانا ٣٦,٥% ، ونسبة من لا يقرؤونها ولا يعرفون موقعها ٣٣,٥% ممن يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية ، ويرى الباحث أنه ربما يكون قد حدث خلط بين موقع صحيفة الجزيرة السعودية ، وبين موقع قناة الجزيرة القطرية التي تشير مؤشرات أليكسا الإحصائية لعام ٢٠٠٤م أنها أفضل موقع عربي على الإنترنت من حيث عدد الزوار يليها موقع إسلام أون لاين ، ورغم إشارة الباحث في الاستبيان الخاص بالدراسة أن الجزيرة صحيفة سعودية إلا أنه ربما يكون قد حدث هذا الخلط ، لأنه ليس هناك ما يبرر تقدم هذه الصحيفة على ما عداها من مواقع الصحف الإلكترونية العربية الأخرى .
- وأظهرت نتائج الدراسة أن جريدة الشرق القطرية جاءت في المركز الرابع بنسبة ٥٤,٨% إذ ينتظم في زيارة موقعها ٢٠,٣% و يقرؤها أحيانا ٣٤,٥% من عينة الدراسة من مستخدمي الصحف الإلكترونية العربية ، تلتها جريدة تشرين السورية التي يفضلها ٤٦,٢% من المبحوثين ، فيتعرض لها

١٩,٨% بشكل منتظم ، و ٢٦,٤% بشكل غير منتظم ، بينما من لا يعرفون موقعها ولا يقرؤونها ٥٣,٨% من المبحوثين .

- وجاء ونسبة واحدة كل من جريدة النهار اللبنانية والأيام الفلسطينية في المركز السادس بنسبة ٤٥,٧% وإن اختلفتا في نسبة الانتظام في دخول موقعيهما ، ففي حين يحرص ٢٨,٩% على الانتظام في قراءة جريدة النهار ، ينتظم في قراءة جريدة الأيام ٢٣,٩% ، وبلغت نسبة من يتعرضون لموقع جريدة النهار بشكل غير منتظم ١٦,٨% ، وفي صحيفة الأيام الإلكترونية ٢١,٨% ، بينما لا يتعرض لهما نسبة ٥٤,٣% ممن يقرؤون الصحف العربية على الإنترنت بسبب أنهم لا يعرفون موقعيهما أو أنهم لا يفضلونهما .

- وبينت نتائج الدراسة كذلك أنه من بين الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلاً لدى النخبة المصرية جاءت صحيفة الأقصى الفلسطينية في المركز الثامن حيث فضلها ٤٤,٢% وينتظم في قراءتها ١٧,٣% ، وقرؤها أحياناً ٢٦,٩% بينما لا يقرؤها ٥٥,٨% .

- وفي المركز التاسع جاءت صحيفة العربي الكويتية الإلكترونية ويتعرض له ٣٩,١% من عينة الدراسة ، منهم ١٥,٢% يقرؤونها بانتظام ، و ٢٣,٩% يقرؤونها أحياناً .

- ثم جاءت صحف (الرياض السعودية ، الرأي العام الكويتية ، البحرين اليوم ، الرأي الأردنية ، عمان اليوم العمانية ، الثورة اليمنية ، الرأي العام السودانية ، وصحف " قضايا الديمقراطية ، صوت العروبة ، الأندلس " - وتصدر هذه الصحف من خارج الوطن العربي - ، الخبر الجزائرية ، الحرية التونسية ، المحطة الليبية ، أخبار تونس) في مراكز تالية لمواقع الصحف العربية السابقة بنسب تفضيلية متفاوتة ، كما هو موضح في الجدول التفصيلي رقم () في ملاحق الدراسة .

- وأظهرت نتائج الدراسة أن ٢٣,٨% من عينة الدراسة ممن يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية على الإنترنت ذكروا مواقع لصحف عربية

أخرى يقرؤونها إما بشكل منتظم أو أحيانا ، منها على سبيل المثال صحيفة القدس الفلسطينية والدستور الأردنية والمدينة السعودية وباب القطرية . ويتضح من النتائج السابقة ما يلي :

- أن الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلا كانت الصحف العربية التي تصدر من خارج الوطن العربي، وهو أمر يضع علامات استفهام حول مواقع الصحف العربية الأخرى ووسائل جذب المستخدمين إليها ، ويشير إلى وجود علاقة قوية بين نجاح الإصدار الإلكتروني ، والإصدار المطبوع من الصحيفة .

- أن الصحف الإلكترونية العربية الأكثر تفضيلا كانت من دول المشرق العربي وهي على الترتيب (السعودية ، قطر ، سوريا ، لبنان ، فلسطين ، الكويت) ، بينما أتت الصحف التابعة لدول الغرب العربي في مؤخرة القائمة الأكثر تفضيلا ، وربما يرجع ذلك إلى خلفيات تاريخية متعلقة بالانفتاح الثقافي والتبادل المعرفي بيننا وبين دول المشرق العربي أكثر منه إلى دول المغرب العربي .

- أنه ليس هناك اتفاق بين عينة الدراسة على تفضيل صحيفة عربية بعينها بنسبة عالية - فيما عدا صحيفتي الشرق الأوسط والحياة - وربما يبرر ذلك عدم تميز مواقع هذه الصحف ، وعدم قدرتها على تقديم ما يجذب المستخدمين إليها .

- لوحظ ما سبق ملاحظته في الصحف الإلكترونية المصرية من غياب أو ندرة تفضيل النخبة للصحف الإلكترونية الخالصة التي ليس لها أصل ورقي ، مثل صحيفة باب القطرية التي لم تمثل إلا في فئة أخرى في استبيان الدراسة الميدانية ، وصحيفة هداية السعودية ، وربما يعود ذلك إلى ثقة المستخدم أكثر في الصحف التي يعرفها ، وعدم فاعلية الصحف الإلكترونية الخالصة على الإنترنت .

٢- دوافع تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية العربية

من خلال بيانات الجدول التالي يتضح ما يلي :

الاتجاه الفئة	موافق بشدة		موافق		لا رأي لي		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
لأنها تزودني بأخبار الوطن العربي والعالم	٩٦	٤٨,٨%	٢٥	١٢,٥%	٥٧	٢٨,٥%	١١	٥,٦%	٨	٤,١%	١٩	٩,٥%
لأنها تفيدني في مجال عملي	٧٢	٣٦,٥%	١٨	٩,١%	٣٧	١٨,٨%	٤٠	٢٠,٣%	٣٠	١٥,٣%	١٩	٩,٥%
لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شراء النسخة الورقية	٥١	٢٥,٩%	٣٢	١٦,٢%	٦٥	٣٣,٣%	٢٩	١٤,٧%	٢٠	١٠,١%	١٩	٩,٥%
لأن إمكانياتها الفنية أفضل من الصحف المصرية	٢٩	١٤,٤%	٤٠	٢٠,٣%	٣٧	١٨,٨%	٥٣	٢٦,٩%	٣٨	١٩,٣%	١٩	٩,٥%
لأنها غير متاحة في شكلها المطبوع	٣١	١٥,٥%	٢٩	١٤,٥%	٣٣	١٦,٥%	٨٦	٤٣,٥%	١٨	٩,١%	١٩	٩,٥%
لأنها تستكتب كتابا عالميين	٢٤	١٢,٢%	٢٥	١٢,٥%	٣٠	١٥,٣%	٧٧	٣٩,١%	٤١	٢٠,٨%	١٩	٩,٥%
لأنها تتمتع بدرجة من الحرية تفوق الصحف المحلية	٢١	١٠,٥%	٣١	١٥,٥%	١٩	٩,٦%	٨٠	٤٠,٥%	٤٦	٢٣,٤%	١٩	٩,٥%
أخرى	١٧	٨,٦%									٢٢	١١,٢%

جدول رقم (٢٩) دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية العربية

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن الدوافع المعرفية المتعلقة بمعرفة أخبار الوطن العربي كانت وراء استخدام النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية العربية ، حيث وافق على ذلك نسبة مرتفعة بلغت ٦١,٤% من المبحوثين الذين يدخلون مواقع هذه الصحف على الإنترنت ، أيد ذلك بشدة ٤٨,٧% ، وأيده دون تحديد درجة التأييد ١٢,٧% ، في حين اعترض عليه ٩,٧% ما بين غير موافق ٥,٦% وغير موافق على الإطلاق بنسبة ٤,١% ، ولم يحدد ٢٨,٩% موقفهم من هذا الدافع .

وتتفق هذه النتيجة مع معظم الدراسات التي تؤكد على أهمية الدوافع المعرفية لدى القراء ، وتتمثل في رغبة الفرد في معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع والعالم الخارجي ، البحث عن النصيحة والرأي أو بدائل القرارات ، حب الاستطلاع والاهتمام العام ، التعليم والتعلم الذاتي^١ .

كما أوضحت النتائج أن ٤٥,٦% من المبحوثين ممن يستخدمون مواقع الصحف الإلكترونية العربية يستخدمونها بدافع أنها تعود عليهم بالفائدة في مجال عملهم ، حيث أيد ذلك ٩,١% من عينة المبحوثين قراء الصحف الإلكترونية ، وأيده بشدة ٣٦,٥% من المبحوثين ، في حين لم يوافق عليه ٣٥,٦% ، ما بين غير موافق ٢٠,٣% ، وغير موافق على الإطلاق ١٥,٣% . بينما لم يحدد ١٨,٨% من المبحوثين رأيا في هذا الدافع ، وتؤكد هذه النتيجة على أهمية الدوافع النفعية وتأثيرها في حث النخبة على استخدام وتصفح مواقع الصحف الإلكترونية العربية .

وبينت نتائج الدراسة أن ٤٢,١% ممن يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية يستخدمون مواقع هذه الصحف بدافع أن قراءة الصحف العربية على الإنترنت أقل تكلفة من شرائها بشكلها المطبوع ، وافق على ذلك ١٦,٢% ، ووافق بشدة ٢٥,٩% ، في حين أوضحت الدراسة أن ٢٤,٨% من المبحوثين ذكروا أنهم لا يدخلون مواقع الصحف الإلكترونية العربية بناء على هذا الدافع ، ولم يحدد ٣٣% رأيا من

^١ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مصدر سابق ، ص ٢١٥

هذا الدافع، كما بينت الدراسة أن ٣٠,٤% من المبحوثين يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية لأنها غير متاحة بشكلها المطبوع ، أيد ذلك بشدة ١٥,٧% ، وأيده دون تحديد درجة التأييد ١٤,٧% ، وذلك بسبب عدم وجود أصل ورقي لها ، أو أنها لا توجد بشكلها الورقي إلا بعد مضي فترة على موعد صدورها ، ولم يوافق ٥٢,٨% على هذا الدافع ، في حين لم يبد ١٦,٨% من المبحوثين رأيهم في ذلك .

وفيما يتعلق برأي المبحوثين في امتلاك الصحف الإلكترونية العربية إمكانيات أفضل من الصحف المصرية فقد رفض ذلك ٢٦,٩% ، ورفضه على الإطلاق ١٩,٣% بمجموع ٤٦,٢% من المبحوثين ، ولم يبد ١٨,٨% من المبحوثين الذين يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية رأيا في هذه المسألة ، في حين وافق ٣٥% من قراء الصحف العربية على الإنترنت على أن هذه الصحف بها إمكانيات فنية وتكنولوجية أفضل من الصحف المصرية ، وتشير هذه النتيجة إلى عدم تميز الصحف الإلكترونية العربية كثيرا عن الصحف الإلكترونية المصرية في رأي النخبة المصرية ، بل إن موقعا كموقع صحيفة الأهرام يفوق مواقع لصحف عربية عديدة .

وبينت الدراسة أن ٢٤,٩% من قراء الصحف الإلكترونية العربية من النخبة يستخدمونها لأنها تستكتب كتابا عالميين ، وتحتوي على المقالات الهامة ، مثل جريدة الشرق الأوسط التي تنشر مقالات توماس فريدمان وغيره من الكتاب البارزين ، في حين لم يوافق ٥٩,٩% على ذلك كدافع لدخولهم لموقع هذه الصحف ، ما بين غير موافق بنسبة ٣٩,١% ، وغير موافق على الإطلاق بنسبة مئوية بلغت ٢٠,٨% ، ولم يحدد ١٥,٢% رأيا في ذلك .

وفيما يتعلق بتمتع الصحف العربية بدرجة من الحرية تفوق درجتها في مثيلتها المصرية في عرض الآراء ووجهات النظر المختلفة فقد وافق على ذلك ٢٦,٤% فقط من المبحوثين الذين يقرؤون الصحف الإلكترونية العربية ، ما بين موافق بشدة ١٠,٧% ، وموافق ١٥,٧% ، واعتراض على ذلك ٤٠,٦% ، واعتراض بشدة ٢٣,٤% ، ولم يبد ٩,٦% رأيا في ذلك ، وتشير هذه النتيجة إلى

أن الصحف العربية من وجهة نظر النخبة المصرية لا تستفيد بمناخ الحرية الذي وفّره الإنترنت الاستفادة المناسبة ، وربما يعود ذلك إلى أن هذه المواقع امتداد إلكتروني للنسخة الورقية التي تخضع في كثير من الأحيان للتوجيهات الحكومية داخل كل قطر عربي ، وأشارت الجداول الإحصائية إلى أن ٨,٦% ممن يقرؤون هذه الصحف ذكروا دوافع أخرى .

ويتضح من نتائج هذه الدراسة أن الدوافع النفعية المرتبطة بالحاجة إلى معرفة أخبار الوطن العربي ، والمرتبطة بالاستفادة من مواقع هذه الصحف في مجال العمل والحصول على هذه الصحف العربية بتكلفة أقل ومجهود أقل كانت وراء استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية العربية ، وتبين أن قراءة هذه الصحف بدافع ارتفاع مستواها عن الصحف المصرية أو زيادة نسبة الحرية فيها عن مثيلاتها المصرية ، أو أنها تستكتب كتابا عالميين قد جاء بنسب أقل من الدوافع السابقة .

٣ - مستويات تفضيل النخبة لنوعية المواد الصحفية في الصحف الإلكترونية العربية

كشفت نتائج الدراسة عن ترتيب النخبة للمواد الصحفية في الصحف الإلكترونية العربية كما هو موضح في الجدول التالي :

الفئة	نمط التعرض	بإستمرار	أحيانا	لا أقرأها		
	ك	%	ك	%	%	
الموضوعات والأخبار السياسية	٩٦	٤٨,٧	٦٤	٣٢,٥	٣٧	١٨,٨
أخبار الاقتصاد والبورصة	٤٢	٢١,٣	٨٠	٤٠,٦	٧٥	٣٨,١
الموضوعات الثقافية والأدبية	٥٧	٢٨,٩	٨٣	٤٢,١	٦٧	٣٤
الموضوعات الرياضية	٦٩	٣٥	٧٥	٣٨,١	٥٣	٢٦,٩
مقالات الكتاب وصفحات الرأي	٢٤	١٢,٢	٥٢	٢٦,٤	١٢١	٦١,٤
الموضوعات الفنية	٢٣	١١,٧	٦٩	٣٥	١٠٥	٥٣,٣
أخرى	١١	٥,٦	٤	٢	-	-

جدول رقم (٣٠) تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية العربية

وتبين أن الموضوعات والأخبار السياسية جاءت في المركز الأول ، إذ يقرأها ٨١,٢% من عينة الدراسة الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية العربية ، يحرص ٤٨,٧ % على قراءتها بانتظام ، ويقرأها ٣٢,٥% أحيانا ، وجاءت نسبة من لا يقرأونها ١٨,٨ % .

وبيّنت النتائج أن الموضوعات الرياضية جاءت في المركز الثاني في قائمة تفضيلات قراء الصحف الإلكترونية العربية عبر الإنترنت ، إذ يقرأها ٧٣,١ % ،

منهم ٣٥% بانتظام ، و ٣٨,١% أحيانا ، في حين لا يقرأها نسبة ٢٦,٩% من عينة الدراسة ، إذ يجذب المضمون الرياضي في الإعلام الإلكتروني والتقليدي على حد سواء قطاعات كبيرة من الجمهور لمتابعة البطولات العربية ، وأخبار الرياضة بشكل عام .

ثم جاءت الموضوعات الثقافية والأدبية في الترتيب الثالث ، ويقرأها ٧١% من عينة الدراسة الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية العربية ، وينتظم في قراءتها ٢٨,٩% ، ويقرأها ٤٢,١% أحيانا ، ولا يقرأها ٣٤% .

ثم تأتي الموضوعات الاقتصادية وأخبار البورصات المالية في المركز الرابع ، إذ يقرأها بانتظام ٢١,٣% ، ويقرأها أحيانا ٤٠,٦% ، ولا يقرأها ٣٨,١% من المبحوثين الذين يتعرضون لمواقع الصحف الإلكترونية العربية .

كما بينت نتائج الدراسة أن ٣٨,٦% فقط من قراء الصحف الإلكترونية العربية يقرأون المواد المقالية وصفحات الرأي في هذه الصحف ، وأجاب ١٢,٢% أنهم منتظمون في قراءتها ، وأن ٢٦,٤% يقرأونها أحيانا ، بينما بلغت نسبة من لا يقرأون المقالات على مواقع الصحف الإلكترونية العربية ٦١,٤% من إجمالي من يستخدمونها ، وربما يرجع ذلك لصعوبات تتعلق بقراءة المقالات الطويلة عبر شاشة الحاسب الآلي ، وما تسببه من إجهاد للمستخدم ، كما تدل على غياب أو ندرة الكتاب العرب الذين تجتمع حولهم الآراء ، وتكون مقالاتهم دافعا للقراء لاستخدام موقع الصحيفة على الإنترنت .

ودلت نتائج الدراسة على أن ٥٣,٣% من النخبة المصرية التي تقرأ الصحف الإلكترونية العربية لا تفضل المواد والموضوعات الفنية ، بينما حرص ١١,٧% منهم على قراءتها ، ويقرأها ٣٥% بشكل غير منتظم .

ويتضح من ذلك أن المضمون السياسي والإخباري هو أهم ما يفضلته النخبة المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية ، يأتي بعده المضمون الرياضي ، فالثقافي والأدبي ، فالموضوعات الاقتصادية ، ثم تأتي المادة المقالية في ترتيب أخير .

٤ - المادة المقالية الأكثر تفضيلاً في الصحف الإلكترونية

العربية

يرى الباحث أن المادة المقالية تقيس في الغالب مدى ارتباط القارئ بالصحيفة ، وذلك من خلال ما يتيح له لكتاب متنوعي الأيديولوجيات والانتماءات وما تعرضه من وجهات نظر حول الموضوعات التي تطرح أو تثار ، كما أن قراءة المقال يعبر عن مشاركة متميزة وفعالة ، وربما تدل على كثافة التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية ، إذ يستغرق المقال وقتاً أطول من غيره من المواد الأخرى ، كما أن التساؤل الخاص بذكر أسماء كتاب المقالات ربما يحمل في طياته اختبار صدق غير مباشر لمدى الاستخدام الفعال لهذه المواقع .

وقد أظهرت الدراسة انخفاض نسبة تفضيل المادة المقالية في الصحافة الإلكترونية العربية ، الأمر الذي يعني أن الاستخدام الخيري لهذه الصحف يفوق ما عداه من أنماط الاستخدام ، ويتفق ذلك مع نتيجة إحدى الدراسات الأمريكية ، حيث أكدت أن مواقع الصحف الكبرى على الإنترنت تمثل المواقع الرئيسة على الشبكة ، ووضعت قائمة بالمواقع الإخبارية الأكثر استخداماً من جانب المستخدمين في الولايات المتحدة الأمريكية واحتلت المركز الثاني في هذه القائمة موقع صحيفة يو إس إيه توداي USA Today ، وسبقتهما شبكة CNN الإخبارية ، وتلتهما شبكة إيه بي سي ABC التلفزيونية الإخبارية .^١

وكشفت الدراسة الحالية عن أن النسبة الكبرى من مستخدمي الصحف الإلكترونية العربية ذكروا أنهم لا يذكرون الكاتب المفضل لديهم في هذه الصحف ، بينما ذكر ٣٦,٥% من العينة أسماء لبعض الكتاب جاء في مقدمتهم جهاد الخازن ، وسمير عطا الله ، وأحمد الجار الله ، ومحمد الرميحي ، د. زغلول النجار ، وفهمي هويدي ، وتوماس فريدمان ، على النحو الموضح في الجدول التالي :

١. د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ١٠١

اسم الكاتب	ك	%	اسم الكاتب	ك	%
لا أذكر	١٢٥	٦٣,٥	توماس فريدمان	١٥	٧,٦
جهاد الخازن	٥٤	٢٧,٤	فهمي هويدي	١٤	٧,١
أحمد الجار الله	٤٠	٢٠,٣	عبد الطيف المناوي	١١	٥,٦
سمير عطا الله	٣٨	١٩,٣	د. زغلول النجار	١١	٥,٦
محمد الرميحي	٢٨	١٤,٢	آخرون	٢٤	١٢,١

جدول رقم (٣١) الكتاب المفضلون في الصحف الإلكترونية العربية

٤ - المشاركة النشطة للنخبة المصرية أثناء تعرضهم للصحف الإلكترونية العربية

بينت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال التفاعلية استخداما من النخبة المصرية في مواقع الصحف الإلكترونية العربية هي المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي التي تعدها كثير من هذه المواقع ، حيث شارك فيها ٧٣,٦% من المبحوثين الذين يقرؤون الصحف العربية على الإنترنت البالغ عددهم ١٩٧ مفردة ، وإن اختلفت هذه النسبة في كثافة المشاركة ، فبينما يصوت في هذه الاستفتاءات بشكل إلكتروني ٤٢,١% غالبا ، فإن ٣١,٥% يشاركون فيها أحيانا ، في حين ذكر ٢٦,٤% أنهم لا يشاركون فيها ، وتعد الاستفتاءات واستطلاعات الرأي وسيلة ناجحة وسريعة للكشف عن آراء الجمهور تجاه القضايا الهامة ، وتوفر مادة معلوماتية لما يمكن تسميته بالرأي العام الإلكتروني ، وتنتشر على كثير من المواقع والبوابات والصحف الإلكترونية ، وهو شكل تفاعلي جديد أتاحتته شبكة الإنترنت أضاف بعدا خاصا متعلقا بنشاط المتلقي وإيجابيته .

كما أوضحت الدراسة أن ٦٥,٩% من المبحوثين يستخدمون البريد الإلكتروني على مواقع هذه الصحف ، منهم ٢٩,٤% يستخدمونه غالبا ، و ٣٦,٥%

% يستخدمونه أحيانا ، وأجاب ٣٤,١% أنهم لا يستخدمون البريد الإلكتروني على مواقع هذه الصحف ، وإن كانوا يستخدمونه في مواقع أخرى .

مدى الاستخدام	غالبا		أحيانا		لا أستخدامها		الإجمالي		الشكل التفاعلي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
المشاركة في غرف الحوار	٣٢	١٦,٢	٢٩	١٤,٧	١٣٦	٦٩,١	١٩٧	١٠٠	
خدمة المراسل	١٩	٩,٦	٣٥	١٧,٨	١٤٣	٧٢,٦	١٩٧	١٠٠	
البريد الإلكتروني	٥٨	٢٩,٤	٧٢	٣٦,٥	٦٧	٣٤,١	١٩٧	١٠٠	
الاستفتاءات واستطلاعات الرأي	٨٣	٤٢,١	٦٢	٣١,٥	٥٢	٢٦,٤	١٩٧	١٠٠	
القوائم البريدية	٥١	٢٥,٩	٧٤	٣٧,٦	٧٢	٣٦,٥	١٩٧	١٠٠	
أخرى	٦	٣	٢	١	-	-	٨	٤	

جدول رقم (٣٢) الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية العربية

وأشارت الدراسة إلى أن الاشتراك في القوائم البريدية التي تعدها بعض مواقع الصحف العربية لتزويد المشتركين بأحدث الأخبار أو نشرات إخبارية كل فترة زمنية معينة ، وتتيحها بعض الصحف مجانا ، وجاء هذا النشاط في الترتيب الثالث بنسبة كبيرة أيضا بلغت ٦٣,٥% ، وينضم ٢٥,٩% منهم إلى القوائم البريدية للصحف العربية غالبا، و ٣٧,٦% منهم أحيانا ، في حين لا يستخدمها ٣٦,٥% .

وأظهرت الدراسة أن النخبة المصرية لا تشترك في الخدمات التفاعلية الخاصة بالمشاركة في غرف الحوار Chatrooms الجماعية التي تتيحها بعض مواقع الصحف العربية ، أو محادثة الآخرين عن طريق استخدام خدمة المراسل Messenger إلا بنسبة قليلة ، حيث يشترك ١٦,٢% في غرف الحوار غالبا ، و ١٤,٧% أحيانا ، بينما لا يشترك في خدمة المراسل سوى ٩,٦% غالبا ، ١٧,٨% أحيانا ، في حين لا يدخل غرف الحوار على مواقع الصحف الإلكترونية العربية ٦٩,١% ، ولا يستخدم خدمة المراسل ٧٢,٦% من المبحوثين ، وربما يرجع ذلك إلى فقر الإمكانيات التفاعلية على مواقع الصحف العربية الإلكترونية ، وإلى محدودية إيجابية الجمهور ومشاركتهم النشطة أثناء التعرض لهذا النوع من الصحف .

٥-الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية العربية

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن تلبية الحاجات الإعلامية والصحفية كانت في مقدمة الإشباعات التي تحققت للنخبة المصرية من وراء استخدامهم للصحف الإلكترونية العربية بنسبة ٣٨,١% من إجمالي عدد مستخدمي هذه الصحف ، حيث وافق بشدة ١١,٢% ، ووافق بدرجة أقل ٢٦,٩% منهم على ذلك ، بينما اعترض عليه ٤٣,٢% ما بين غير موافق (٢٤,٩%) وغير موافق على الإطلاق (١٨,٣%) ، وذكر ١٨,٧% أنهم محايدون في مقولة أن الصحف العربية تلبي هذا الإشباع ، ويدل ذلك على تقدم الإشباعات التوجيهية أو المعرفية لدى النخبة على ما عداها من الإشباعات الأخرى .

وكشفت الدراسة أن ٢٦,٩% من العينة يستخدمون مواقع هذه الصحف للتسلية والترفيه ، حيث وافق على ذلك بشدة ١٢,٢% ، ووافق بدرجة أقل ١٤,٧% ، في حين لم يوافق على تحقيق الصحف العربية على الإنترنت هذا الإشباع ٥٦,٨% ، حيث لم يوافق ٢٢,٨% عليه ، واعتراض بشدة ٣٤% من قراء الصحف الإلكترونية العربية ، ولم يبد ١٦,٣% رأيهم في ذلك .

الاتجاه		الفئة		موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		لا رأي لي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٢	١١	٥٣	٢٦	٤٩	٢٤	٣٦	١٨	٣٧	١٨	٧	١٨	٣٧	١٨
١٦	٨	٢٥	١٢	٨٠	٤٠	٤٤	٢٢	٣٢	١٦	٠٢	٣٢	١٦	٠٢
٩	٤	٣٣	١٦	٦٥	٣٣	٣٧	١٨	٥٣	٢٦	٩	٥٣	٢٦	٩
٢٤	١٢	٢٩	١٤	٤٥	٢٢	٦٧	٣٤	٣٢	١٦	٠٣	٣٢	١٦	٠٣
٥	٢	١٢	٦	٥١	٢٥	٧٣	٣٧	٥٦	٢٨	٤	٥٦	٢٨	٤
١٢	٦	٣	١	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
أخرى													

جدول رقم (٣٣) يوضح الإشباع المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية العربية

كما بينت النتائج أن ٢١,٣% من المبحوثين قد اكتسبوا من مواقع الصحف الإلكترونية مهارات جديدة ، سواء كانت مهارات معرفية أم فنية أم تكنولوجية ، ووافق ٤,٦% على ذلك بشدة ، كما وافق بدرجة أقل ١٤,٧% بينما لم يوافق على ذلك غالبية المبحوثين (٥١,٨%) ما بين غير موافق بنسبة ٣٧% ، وغير موافق على الإطلاق بنسبة ٢٦,٩% ، الأمر الذي قد يشير إلى افتقار هذه المواقع لوسائل تنمية مهارات المستخدمين لمواقع الصحف الإلكترونية العربية ، أو لعجز أفراد النخبة لاستخدام وتبني هذه المهارات .

كما أشارت الدراسة إلى أن ٢٠,٧% فقط من المبحوثين الذين يقرءون الصحف الإلكترونية العربية على الإنترنت يرون أن الصحافة العربية تزودهم بالتحليلات والأخبار التي لا توجد في الصحف المصرية ، وافق بشدة على ذلك ٨,١% ، ووافق بدرجة أدنى ١٢,٦% ، ولم يوافق ٦٢,٩% ما بين غير موافق دون تحديد درجة عدم الموافقة ٤٠,٦% ، وغير موافق على الإطلاق بنسبة ٢٢,٣% ، ولم يحدد ١٦,٢% رأيهم في ذلك ، وربما يشير ذلك إلى أن الصحافة العربية في مجملها لا تقدم ما يميزها كثيرا عن مثيلتها المصرية .

ولم يقل سوى ٨,٦% من المبحوثين أنهم يقرءون الصحف الإلكترونية العربية ، وأنهم استفادوا من الوظائف التي تعلن عنها ، وافق على ذلك بشدة ٢,٥% فقط ، وأعلن ٦,١% موافقتهم بدرجة أقل ، بينما قال ٦٣% أنهم لم يتحقق لديهم ذلك ، وذكر ٢٥,٩% أنهم موافقين على أن الصحف العربية تفيد القراء من النخبة المصرية بالوظائف التي قد تعلن عنها ، وذكر ٣٧,١% أنهم غير موافقين على ذلك على الإطلاق ، بينما لم يبد ٢٨,٤% رأيا في ذلك .

كما ذكر ٧,٦% من عينة الدراسة إشباعات أخرى تحققت لهم من استخدامهم للصحف الإلكترونية العربية مثل إمكانية عرض آرائهم وكتابة تعليقاتهم حول مقالات تنشر بها .

ويتضح من النتائج السابقة أنه لم يتفق أغلبية قراء الصحف الإلكترونية العربية على تحقيق لإشباع ما ، حيث لم يحصل أي منها على نسبة تفوق ٣٨,١% كقيمة إيجابية ، وربما يرجع ذلك إلى تفاوت المهارات الخاصة بالاستخدام ، وغياب الرؤية العامة لاستخدام المبحوثين لمواقع الصحف العربية على الإنترنت .

خامسا: علاقة النخبة المصرية بالصحافة الإلكترونية الأجنبية

أوضحت نتائج الدراسة أن ٢٥% فقط من عينة الدراسة يتعرضون للصحف الإلكترونية الأجنبية ، وأن ٣٥,٣% من الذين يقرؤون الصحف الإلكترونية يتعرضون للصحف الأجنبية على الإنترنت ، ويعود انخفاض هذه النسبة إلى المعوقات اللغوية ، وعوامل أخرى ترتبط بدوائر اهتمام المبحوثين ومجالات عملهم .

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أخرى (مها عبد المجيد ٢٠٠٤) حيث أثبتت أن الصحافة الإلكترونية الأجنبية حظيت بمستوى تفضيلي عال في ترتيب تفضيلات المبحوثين لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ، وربما يعود ذلك لاختلاف مجتمع البحث في الدراستين ، إذ سجلت الدراسة الحالية نسبة تعرض منخفضة للصحف الإلكترونية من جانب النخبة الدينية ، الذي أثر على النتائج الإجمالية لنسب التعرض ، بخلاف الدراسة الأخرى التي أجريت على الجمهور العام الذي ثبت أن الشريحة الكبرى فيه من الفئة العمرية الشابة ، والتي تتميز بكل من الكثافة والمهارة في استخدام وتبني الأشكال الاتصالية المستحدثة ، ومنها الصحافة الإلكترونية .

١- أكثر الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضيلا:

وعن أكثر الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضيلا لدى المبحوثين جاءت جريدة النيويورك تايمز الأمريكية New York Times في المرتبة الأولى ، إذ يحرص على قراءتها ٧٧% من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية ، منهم ٣٢% يقرؤونها بانتظام ، و ٤٥% يقرؤونها أحيانا ، بينما لا يقرؤها ٧% ، ولا يعرف موقعها ١٦% من المبحوثين ، وفي المرتبة الثانية جاءت مجلة تايم Time

الأمريكية أيضا ، إذ يقرأها ٧١% من المبحوثين ، ٣٢% منهم يقرؤونها بانتظام ، و ٣٩% أحيانا ، ولا يقرأها ١٧% ، وأجاب ٢٤% أنهم لا يعرفون موقعها .
وجاء في المرتبة الثالثة صحيفة التايمز The Times البريطانية ، ويقرأها ٦٦% من المبحوثين ، منهم ٣٦% ينتظمون في قراءتها ، و ٣٠% يقرؤونها أحيانا ، في حين لا يقرأها ١٤% ، ولا يعرف موقعها ٢٠% .
وفي المرتبة الرابعة جاءت مجلة نيوزويك News Week الأسبوعية الأمريكية ، ويقرأها ٥٩% من المبحوثين ، منهم ٢٧% بانتظام ، ويدخل موقعها الإلكتروني ٣٢% بشكل غير منتظم ، ولا يقرأها ١٧% ، ولا يعرف موقعها ٢٤% .

وجاءت صحيفة الصندي تايمز Sunday Times البريطانية لتسجل المركز التفضيلي الخامس ، إذ يحرص على قراءتها ٥٣% من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية من عينة الدراسة ، ينتظم ٢٠% منهم في قراءتها ، و ٣٣% يقرؤونها أحيانا ، في حين لا يقرأها ولا يعرف موقعها ٢٨% ، ١٩% على التوالي .
تلتها جريدة واشنطن بوست Washington Post الأمريكية ، ويقرأها ٤٦% ممن يتعرضون لمواقع الصحف الأجنبية على الإنترنت ، ويحرص على الانتظام في قراءتها ١٩% ، ويقرأها ٢٧% بشكل غير منتظم ، ولا يقرأها ١٣% ، ولا يعرف موقعها ٤١% من المبحوثين .

وجاءت صحيفة يو إس إيه توداي USA Today الأمريكية في المرتبة التالية بتفضيل ٤٢% من المبحوثين ، ويقرأها ٢٥% منهم بانتظام ، و ١٧% أحيانا ، بينما بلغت نسبة من لا يقرؤونها ١٦% ، ومن لا يعرفون موقعها ٤١% من المبحوثين .

ثم صحيفة الجارديان The Guardian البريطانية ، ويقرأها ٣٤% ما بين منتظم في قراءتها ١٣% ، وغير منتظم ٢١% ، ولا يقرأها ولا يعرف موقعها ٦٦% من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية على الإنترنت .

تلتها جريدة الفاينانشيال تايمز The Financial Times البريطانية بنسبة تفضيل بلغت ٣١% من القراء ، و ٦٦% ، و ٦٩% لا يقرؤونها أو لا يعرفون

موقعها ، ثم كل من مجلة الإيكونومست Economist البريطانية ، وصحيفة لوفيجارو Le Figaro الفرنسية بنسبة ٢٢% لكل منهما بينما بلغت نسبة من لا يقرؤون الصحفتين أو لا يعرفون موقعيهما ٧٨% من المبحوثين .

ثم تلتها جريدة لوموند LeMonde الفرنسية ، وقرؤها ١٨% من قراء الصحف الأجنبية على الإنترنت ، يحرص على الانتظام في قراءتها ٧% ، وبقراءتها ١١% أحيانا ، بينما لا يقرؤها ١٧% ، ولا يعرف موقعها ٦١% من المبحوثين .

وأجاب ٢٠% من عينة الدراسة التي تتعرض للصحف الأجنبية على الإنترنت أنهم يدخلون مواقع صحف أخرى مثل صحيفة يديعوت أحرونوت ، وهآآرتس الإسرائيليتين للتعرف على اتجاهات ومواقف صحافة دولة الاحتلال الإسرائيلي .

ويتضح مما سبق ما يلي :

- تقدم نسبة الصحف الناطقة بالإنجليزية ، حيث لم تأت الصحف الفرنسية مثلا إلا في مؤخرة القائمة الأكثر تفضيلا ، ويشير ذلك إلى سيطرة اللغة الإنجليزية على مضمون الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت سواء من حيث معدل إنتاج وتبادل الوثائق الإلكترونية أو اللغة المستخدمة في آلات البحث والبرمجيات اللازمة للتعامل مع جوانب الشبكة المختلفة^١ . ومثل التحدي اللغوي حائلا دون التعرض لمواقع صحف إلكترونية تابعة لدول أخرى هامة ومؤثرة في المجتمع الدولي مثل ألمانيا ، روسيا ، إيران ، وغيرها من الدول .

- سيطرة الصحف الأمريكية على قائمة الصحف الإلكترونية الأجنبية الأكثر تفضيلا ، حيث حصلت وحدها على ٤٥ درجة ، بينما حصلت الصحف البريطانية على ٢٩ درجة ، ثم الصحف الفرنسية على ٤ درجات ، وذلك لعدة عوامل ترتبط بالمتغيرات السياسية والإعلامية والتكنولوجية ، وهي

١. نبيل على ، تحديثات عصر المعلومات ، مصدر سابق ، ص ١٤٩

سمة من سمات الإعلام في عصر العولمة ، حيث هيمنة الشركات الأمريكية على قطاع الإعلام والاتصال والترفيه ، والمقصود بالهيمنة هنا السيطرة على الملكية ، والسيطرة على محتوى وتوجهات المضامين والأشكال المنتجة ، حيث يوجد في العالم ست مجموعات رئيسة كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية ، ولها حضور دولي كبير يتفاوت من مؤسسة لأخرى ، أربعة منها أمريكية ، وواحدة أوروبية ، وواحدة أسترالية أمريكية

1.

نمط الاستخدام الصحيفة	باتنظام		أحيانا		لا أقرأها		لا أعرف موقعها		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نيويورك تايمز New York Times ²	٣٢	٣٢	٤٥	٤٥	٧	٧	١٦	١٦	١٠٠	١٠٠
واشنطن بوست Washington Post ³	١٩	١٩	٢٧	٢٧	١٣	١٣	٤١	٤١	١٠٠	١٠٠
يو إس إيه توداي USA Today ⁴	٢٥	٢٥	١٧	١٧	١٦	١٦	٤٢	٤٢	١٠٠	١٠٠
صندي تايمز Sunday Times ⁵	٢٠	٢٠	٣٣	٣٣	٢٨	٢٨	١٩	١٩	١٠٠	١٠٠
فاينانشيال تايمز Financial Times ⁶	١٣	١٣	١٨	١٨	٣٥	٣٥	٣٤	٣٤	١٠٠	١٠٠

¹رضا عبد الواحد أمين ، اتجاهات الصحافة المصرية نحو ظاهرة العولمة ، ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر : كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، ٢٠٠٢م) ص ٩٧

²صحيفة نيويورك تايمز هي صحيفة يومية أمريكية وعنوانها الإلكتروني www.nytimes.com وتتميز بحسن التصميم ويحتوي الموقع على عدد من الخدمات الإلكترونية مثل البحث والأرشيف ولكنه ليس مجانيًا ، وغيرها من الخدمات .
هي صحيفة أمريكية ³<http://www.washingtonpost.com/> وواشنطن بوست هي صحيفة يومية أمريكية ، وموقعها الإلكتروني يومية يوتقدم عددا من الخدمات كالبحث في شبكة الويب من خلال محرك ياهو البحثي الذي يظهر في كل صفحات الجريدة الإلكترونية ويستطيع المتصفح أن يعد صفحة بيت خاصة به على الموقع .، أو يدخل في حوار مع أحد الصحفيين أو القراء من خلال غرفة الدردشة ، أو يشاهد ملفات فيديو أو ملفات صوتية ، كما يقدم الموقع دليلًا كاملاً للترفيه ، ودليلاً آخر للوظائف ، وأسعار وأخبار السيارات .. الخ

⁴يو إس إيه توداي هي صحيفة أمريكية يومية شهيرة ، وموقعها الإلكتروني www.usatoday.com ويتميز موقعها بالتصميم الجيد والتنسيق بين عناصر الجرافيك ، ويضم عددا من الخدمات كالبحث ، وإمكانية الاشتراك في النسخة الورقية ، فهي بذلك تختلف عن نسختها الإلكترونية من ناحية المضمون الإعلامي .

⁵صندي تايمز وهي صحيفة بريطانية من صحف الأحد الشهيرة ، وعنوانها الإلكتروني <http://www.timesonline.co.uk/> ويتيح خدمات كالبحث والأرشيف وإمكانية التسوق من الموقع من خلال الاختيار بين المحلات والمفاضلة بين الأسعار ويتم الدفع باستخدام الفيزا ، وخدمات أخرى كتحميل بعض البرامج ، وغيرها .

⁶فاينانشيال تايمز صحيفة بريطانية وعنوانها الإلكتروني www.ft.com

١٠٠	١٠٠	٢٠	٢٠	١٤	١٤	٣٠	٣٠	٣٦	٣٦	النايمز The Times ^١
١٠٠	١٠٠	٤٧	٤٧	١٩	١٩	٢١	٢١	١٣	١٣	الجاردن الجارديان ^٢ Guardian
١٠٠	١٠٠	٧٨	٧٨	٤	٤	١١	١١	٧	٧	لوموند ^٣ Le monde
١٠٠	١٠٠	٦١	٦١	١٧	١٧	١٠	١٠	١٢	١٢	لوفيجارو ^٤ Le figaro
١٠٠	١٠٠	١٤	١٤	١٥	١٥	٣٩	٣٩	٣٢	٣٢	تايم ^٥ Time
١٠٠	١٠٠	٢٤	٢٤	١٧	١٧	٣١	٣١	٢٧	٢٧	نيوزويك ^٦ Newsweek
١٠٠	١٠٠	٥٨	٥٨	٢٠	٢٠	١٣	١٣	٩	٩	اكونومست ^٧ Economist
٢٠	٢٠	-	-	-	-	٨	٨	١٢	١٢	أخرى

جدول رقم (٣٤) أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية الأجنبية

٢- دوافع التعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية

أظهرت نتائج الدراسة أن تعرض النخبة المصرية لمواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية كان بهدف تزويدهم بأخبار العالم ، حيث ذكر هذا الدافع ٩٠ % ممن قراء الصحف الأجنبية على الإنترنت ، ٦٢ % منهم وافقوا بشدة ، و ٢٨ % وافقوا دون تحديد لدرجة الموافقة ، بينما لم يعترض على ذلك سوى ٣ % ولم يبد ٧ % رأيا في ذلك ، ويفسر هذا الأمر أن الدافع المعرفي يعد من أقوى الدوافع لاستخدام وسائل الاتصال ، ولأن هذه الصحف التي تصدر في دول غربية مرآة

^١ النايمز هي صحيفة بريطانية ، وعنوانها الإلكتروني www.the-times.co.uk

^٢ الجارديان هي صحيفة بريطانية وموقعها الإلكتروني

^٣ لوموند هي صحيفة يومية فرنسية ، عنوانها الإلكتروني <http://www.lemonde.fr/> وتتميز بحسن تنسيق وتصميم موقعها ، وتتيح لقراءها عبر الإنترنت خدمات متعددة كالبحث والأرشيف وسرعة التحميل وقراءتها بأكثر من تقنية معلوماتية .

^٤ لوفيجارو جريدة يومية فرنسية ، وموقعها الإلكتروني <http://www.lefigaro.fr/> ويقدم الكثير من الخدمات كالبحث باللغة لفرنسية أو أي لغة أخرى ، وخدمة الأرشيف ، وهو مبوب طبقا للمجال ، فهناك القسم السياسي والرياضي وقسم المرأة .. الخ

^٥ تايم هي مجلة أمريكية أسبوعية ، وموقعها الإلكتروني www.time.com

^٦ نيوزويك هي مجلة أسبوعية أمريكية ، ولها طبعة خاصة باللغة العربية ، وعنوانها الإلكتروني www.newsweek.com ويتميز بالاختلاف عن المعشوم الورقي ، والتحديث المستمر لها خاصة في أوقات الأحداث الطارئة أو الهامة .

^٧ اكونومست صحيفة بريطانية متخصصة في الشؤون الاقتصادية العالمية وعنوانها الإلكتروني www.economist.com وتقدم خدمات التعرف على أسعار الأسهم وحركة تداولها في البورصات العالمية وأسعار النفط والمعادن والعملات .. الخ

تعكس الواقع السياسي والاقتصادي والحضاري لتلك الدول ، ومن الأهمية بمكان أن يحيط النخبة بهذه الأمور .

وبينت النتائج أن ٧١% يستخدمون الصحف الإلكترونية الأجنبية لأن قراءتها على الكمبيوتر أقل تكلفة من شرائها بشكلها المطبوع ، وافق على ذلك ٤٠% ، ووافق بشدة ٣١% من المبحوثين ، في حين لم يوافق ٩% على ذلك ، و ١٢% لم يوافقوا على الإطلاق ، وامتنع ٨% عن إبداء رأيهم في ذلك ، وتوفر الإنترنت الصحف الأجنبية للمستخدمين دون أن تحملهم تكلفة طباعتها وتوزيعها ، أو عناء البحث عنها ، كما أن الشبكة المعلوماتية توفر إمكانية نقل الصحيفة إلى قارئها عبر الحاسب الآلي المتصل بالإنترنت بطريقة أسرع بكثير من طباعتها على الورق ، فالصحيفة الورقية تكون قديمة ١٢ ساعة على الأقل .

وكشفت نتائج الدراسة أن ٦٣% من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية يقرؤونها بدافع الاستفادة منها في مجال عملهم ، وخاصة النخبة الإعلامية ، حيث توفر لهم المعلومات والبيانات التي لا غنى عنها لأداء عملهم الإعلامي ، أيد ذلك ١٦% ، وأيده بشدة ٤٧% ، بينما لم يوافق على ذلك ٢٥% ، ولم يوافق ٦% بشدة ، ولم يبد ٦% آخرين رأيهم في ذلك .

واختار ٥٦% من المبحوثين دافع قراءة الصحف الأجنبية أنها غير متاحة بشكلها المطبوع ، ٢٦% وافقوا على ذلك ، و ٣٠% وافقوا عليه بشدة ، حيث إن صحفهم (بالنسبة للنخبة الصحفية) أو أماكن عملهم لا توفرها لهم ، أو أنهم لا يعرفون كيفية الحصول عليها ، ولم يوافق على ذلك ٢٩% ، بينما لم يبد ١٥% من المبحوثين رأيهم في ذلك .

كما أوضحت الدراسة أن نسبة ٤٧% ذكروا أن هذه الصحف تلتزم الدقة والموضوعية فيما تنشره ، وافق على ذلك ٢٧% ، ووافق بشدة ٢٠% من المبحوثين ، بينما لم يوافق على ذلك ٥٣% منهم ما بين غير موافق (٢٩%) ، وغير موافق على الإطلاق (٢٤%) ، الأمر الذي يشير إلى أن هناك مستوى ثقة "متوسط" في الصحف الإلكترونية الأجنبية ، وربما يعود ذلك إلى نقصان ثقة المبحوثين في النظم السياسية التي تصدر في إطارها هذه الصحف .

وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن ٣٠% من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية يتعرضون لها بسبب أنها تضم عددا من المقالات لكتاب عالميين يحبون أن يطلعوا على وجهات نظرهم في القضايا المختلفة ، وافق على ذلك ٢١% ، ووافق بشدة ٩% ، بينما لم يوافق ٣٧% على تعرضهم لهذه الصحف بناء على هذا الدافع ، ولم يوافق بشدة ١٥% من المبحوثين ، ولم يبد ١٨% رأيهم في ذلك .

وذكر ٢٩% من المبحوثين أنهم يدخلون مواقع تلك الصحف لأنهم يحبون الاطلاع على مضمون الإعلام الدولي ، وافق ١٨% على ذلك ، ووافق بشدة ١١% ، بينما لم يوافق عليه ٣٧% من المبحوثين ، ولم يبد ٣٤% رأيهم في هذا الدافع كسبب لتعرضهم للصحف الأجنبية في مواقعها على الإنترنت ، وذكر ٤% دوافع أخرى مثل الاطلاع على صورة المسلمين في هذه الصحف ، بدافع الفضول ، ومعرفة ماذا يقول الغرب وكيف يفكر ، ويوضح الجدول التالي هذه الدوافع بشيء من الإيضاح :

الاتجاه الفئة		موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطّاق		لا رأي لي		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٦٢	٦٢	٢٨	٢٨	٣	٣	٣	٣	٧	٧	٧	٧	١٠٠	١٠٠
٤٧	٤٧	١٦	١٦	٢٥	٢٥	٦	٦	٦	٦	٦	٦	١٠٠	١٠٠
٣١	٣١	٤٠	٤٠	٩	٩	١٢	١٢	٨	٨	٨	٨	١٠٠	١٠٠
٢٠	٢٠	٢٧	٢٧	٢٩	٢٩	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	١٠٠	١٠٠
٣٠	٣٠	٢٦	٢٦	٦	٦	٢٣	٢٣	١٥	١٥	١٥	١٥	١٠٠	١٠٠
٩	٩	٢١	٢١	٣٧	٣٧	١٥	١٥	١٨	١٨	١٨	١٨	١٠٠	١٠٠
١١	١١	١٨	١٨	٢٤	٢٤	١٣	١٣	٣٤	٣٤	٣٤	٣٤	١٠٠	١٠٠
٤	٤	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	٤	٤

جدول رقم (٣٥) دوافع التعرض للصحافة الإلكترونية الأجنبية

٣- مستويات تفضيل النخبة لنوعية المواد

التحريرية في الصحف الإلكترونية الأجنبية

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن الموضوعات والأخبار السياسية كانت أكثر الموضوعات تفضيلاً لدى النخبة المصرية ، إذ يقرؤها ٨٢% ، ٦٧% منهم ينتظمون في قراءتها ، و ١٥% يقرؤونها أحياناً ، و ١٨% لا يقرؤونها ، وتتفق هذه النتيجة مع كل الدراسات التي أثبتت للمواد الإخبارية رتبة تفضيلية عليا ، سواء كان ذلك في الصحافة الورقية أو الصحافة الموجودة على الإنترنت .

وجاءت الموضوعات الرياضية في المركز الثاني بنسبة ٦٣% من المبحوثين ، ويحرص على قراءتها بانتظام ٢٨% ، ويقرؤها أحياناً ٣٥% من عينة الدراسة التي تتعرض للصحف الإلكترونية الأجنبية ، بينما بلغت نسبة من لا يقرأ الموضوعات الرياضية في الصحف الأجنبية ٣٧% ، وقد تفهم هذه النتيجة في إطار العلاقة بين الفئات العمرية لعينة الدراسة ، إذ سجلت هذه الدراسة أن الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ سنة هي الأكثر تمثيلاً ، وهي فئة الشباب الذين تستهويهم الموضوعات الرياضية ، وتحتل جزءاً كبيراً من اهتماماتهم .

وجاء بنسبة عالية أيضاً الموضوعات الاقتصادية وأخبار البورصات العالمية كمادة مفضلة ثالثة بنسبة ٥٧% ما بين متصفح لهذه الموضوعات أحياناً ٣١% وبشكل منتظم ٢٦% ، في حين بلغت نسبة من لا يقرؤونها ٤٣% من المبحوثين . وبينت الدراسة أن الموضوعات الفنية فضلها ٤٣% من المبحوثين قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية ، وأن موضوعات التسلية والترفيه الأخرى جاءت بنسبة تفضيل ٢١% من المبحوثين ، بما يؤكد على أهمية وظيفة التسلية والترفيه كأحد الوظائف الهامة التي تقوم بها وسائل الإعلام ، حيث تساعد الفرد على الهروب من مشكلاته اليومية ، وتساعد بذلك على الراحة والاسترخاء ، بجانب

شغل أوقات الفراغ ، واكتساب الثقافة والمتعة الجمالية ، وتساعده على إطلاق العواطف والمشاعر¹.

الفئة	نمط التعرض	باستمرار	أحيانا	لا أقرأها
ك	%	ك	%	ك
الموضوعات والأخبار السياسية	٦٧	٦٧	١٥	١٨
أخبار الاقتصاد والبورصة	٢٦	٢٦	٣١	٤٣
الموضوعات الثقافية والأدبية	١٤	١٤	٢٠	٦٦
الموضوعات الرياضية	٢٨	٢٨	٣٥	٣٧
موضوعات التسلية والترفيه	١٢	١٢	٩	٧٩
مقالات الكتاب وصفحات الرأي	١٠	١٠	١٩	٧١
الموضوعات الفنية	١٣	١٣	٢٨	٥٩
أخرى	٣	٣	٥	-

جدول رقم (٣٦) تفضيلات المواد في الصحف الإلكترونية الأجنبية

وطبقا لبيانات الجدول السابق يتبين أن نسبة قليلة من قراء الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضل الموضوعات الثقافية والأدبية (٣٤%) ، حيث يقرأها ١٤% بانتظام ، ويقرأها ٢٠% أحيانا ، في حين بلغت نسبة من لا يقرأها ٦٦% من المبحوثين ، كما أشارت الدراسة إلى أن المقالات وصفحات الرأي من أقل أبواب الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضيلا ، حيث يقرأها ٢٩% من المبحوثين ، ١٠% ينتظمون في قراءتها ، و ١٩% يقرأونها أحيانا ، ولا يقرأها ٧١% من العينة ، وذكر ٨% موضوعات أخرى مثل الموضوعات الوثائقية والملفات

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مصدر سابق ، ص ٥٤

الخاصة أو الموضوعات العسكرية ، والموضوعات التي تتعلق بالأوضاع الداخلية لمصر ، وتتشابه هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أخرى ، حيث فضل المبحوثون في مواقع الصحف الأجنبية الموضوعات المتعلقة بأخبار العالم بنسبة ٦٤% ، والأخبار العربية بنسبة ٦٢% ، والصور والفيديو والملفات الصوتية بنسبة ٤٣% ، والمقالات ومواد الرأي بنسبة ٢٦% ، والخدمات الأخرى المتاحة على مواقع هذه الصحف بنسبة ١٧% ، بينما ذكر ٦% أنه لا يوجد في هذه الصحف ما يفضلونه .^١

٤- الكتاب الأكثر تفضيلاً لدى النخبة في الصحافة الإلكترونية الأجنبية

كشفت نتائج لدراسة أن غالبية عينة الدراسة ٨٤% لا يستطيعون تحديد الكاتب المفضل لديهم في الصحف الإلكترونية الأجنبية ، بينما ذكر ١٦% أسماء بعض الكتاب مثل كلستوفر ديكي ، وروبرت فيسك ، وفريدمان . وتتوافق هذه النتيجة مع نتيجة الجزئية الخاصة بتفضيلات النخبة للمواد التحريرية في الصحف الإلكترونية الأجنبية ، حيث حظيت المادة المقالية بنسبة تفضيل منخفضة ، ومع التقارير التي أشارت إلى أن شاشة الحاسب الآلي ليست الوسيلة الأنسب لقراءة المقالات الطويلة ، والتحليلات المتعمقة حيث تؤدي إلى الإجهاد البصري غالباً .

^١مها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٢٦٧

٥- المشاركة النشطة للنخبة أثناء تعرضهم للصحف الإلكترونية الأجنبية

كشفت نتائج الدراسة الحالية عن نشاط غير كثيف للنخبة على مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية فيما عدا المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي، فقد شارك فيها ٦٢% من عينة الدراسة التي تتعرض لهذا النوع من الصحف ، ما بين ٣٩% يشاركون فيها غالبا ، و ٢٣% يشاركون فيها أحيانا ، بينما يحجم عن المشاركة فيها ٣٨% من المبحوثين ، وتعد من أيسر الأشكال التفاعلية استخداما . وجاء استخدام المبحوثين للقوائم البريدية بنسبة ٣٩% ، ويحرص على الاشتراك في هذه القوائم ٢٥% بانتظام ، في حين ذكر ١٤% أنهم يستخدمونها أحيانا ، وذكر ٦١% أنهم لا يشتركون في هذه الخدمة التي تتيحها الصحف لإمداد المستخدمين بنشرة إخبارية دورية عبر البريد الإلكتروني الخاص بهم .

بينما دلت نتائج الدراسة أن ٣٤% من النخبة مستخدمي الصحف الإلكترونية الأجنبية يدخلون غرف الحوار والنقاش Chatrooms على مواقع هذه الصحف ، ذكر ١٦% أنهم يفعلون ذلك بانتظام ، وذكر ١٨% منهم أنهم يفعلونه أحيانا ، في حين ذكر ٦٦% من المبحوثين أنهم لا يستخدمونها .

وتشير هذه النتيجة إلى أن الاتصال مع الغرب ضعيف عبر مواقع الصحف الإلكترونية ، حيث أكدت العديد من الدراسات أن الحوار والتفاعل مع الآخرين يعد الوسيلة المثلى لتحسين صورة الأطراف المتحاوره ، ولتحقيق مبدأ التبادل الثقافي الفعال ، وحوار الحضارات المثمر ، ولا شك أن النخبة هم أكثر الفئات تأهيلا للقيام بهذا الدور .

وبينت نتائج الدراسة أن استخدام المراسل Messenger من خلال مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية لإجراء حوار صوتي مع أحد الأشخاص في مؤخرة الأشكال التفاعلية المتعددة التي تتيحها مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية لمستخدميها ، حيث شارك فيها ٢٠% من المبحوثين ، ذكر ٤% منهم أنهم فعلوا

ذلك بانتظام ، و ١٦% أحيانا ، وذكر ٨٠% أنهم لا يستخدمونها ، كما ذكر ٢% أمورا أخرى من الممارسات التي تضيف على المستخدم سمات الإيجابية والمشاركة النشطة ، مثل كتابة التعليقات على بعض المقالات الواردة فيها ، ويوضح الجدول التالي عدد مفردات ونسب المشاركة الفعالة في مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية :

مدى الاستخدام	الشكل التفاعلي	غالباً		أحيانا		لا أستخدامها		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المشاركة في	غرف الحوار	١٦	١٦	١٨	١٨	٦٦	٦٦	١٠٠	١٠٠
خدمة المراسل		٤	٤	١٦	١٦	٨٠	٨٠	١٠٠	١٠٠
البريد الإلكتروني		٢١	٢١	١٥	١٥	٦٤	٦٤	١٠٠	١٠٠
الاستفتاءات واستطلاعات الرأي		٣٩	٣٩	٢٣	٢٣	٣٨	٣٨	١٠٠	١٠٠
القوائم البريدية		٢٥	٢٥	١٤	١٤	٦١	٦١	١٠٠	١٠٠
أخرى		-	-	٢	٢	-	-	٢	٢

جدول رقم (٣٧) الأشكال التفاعلية التي يستخدمها النخبة في الصحافة الإلكترونية الأجنبية

٦- الإشباعات التي يحققها استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أكثر الإشباعات التي تحققت للنخبة المصرية عينة الدراسة من تصفح مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية كانت تزويدهم بالأخبار والمعلومات التي يريدونها ، حيث وافق على ذلك ٧٦% من المبحوثين ، منهم ٤١% وافقوا بشدة ، و ٣٥% وافقوا دون تحديد درجة الموافقة ، واعترض عليه ٨% ، واعترض عليه بشدة ١١% فقط من المبحوثين ، في حين لم يحدد ٥% رأيهم في ذلك ، وتؤكد تلك النتيجة أهمية تحقيق الإشباعات المعرفية لدى المبحوثين طبقا لمدخل الاستخدامات والإشباعات ، ويؤكد أيضا على أهمية ما ذكره المبحوثون من أن الإشباع الثاني كان تلبية كافة الاحتياجات الصحفية من موقع الجريدة الإلكتروني ، حيث قال بذلك ٥٤% من المبحوثين ، ما بين موافق ٢٥% ، وموافق بشدة ٢٩% ، بينما ذكر ١٦% من المبحوثين أنهم لا يوافقون على أن الصحف الإلكترونية الأجنبية تحقق لهم ذلك ، وذكر ٩% تأكيدهم على نفي تحقيق ذلك ، بينما لم يحدد ٢١% من المبحوثين رأيهم في دور الصحافة الأجنبية على الإنترنت في تحقيق هذا الإشباع المعرفي .

وبينت نتائج الدراسة أن الصحافة الإلكترونية الأجنبية قد أعطت ٣٩% من المبحوثين صورة موضوعية وصادقة عن الأحداث الهامة ، وافق على ذلك ٢٢% ، ووافق عليه بشدة ١٧% من عينة النخبة ، في حين نفي ٢٦% أن تكون الصحف الأجنبية قد نقلت إليهم هذه الصورة الموضوعية والصادقة عن الأحداث ، ونفي ذلك بشدة ١٥% ، ولم يبد ٢٠% من المبحوثين رأيهم في ذلك .

كما أشارت الدراسة إلى أن ٣٣% فقط من المبحوثين ذكروا أنهم قد اكتسبوا من مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية مهارات جديدة ، ما بين موافق ٢٠% ، وموافق بشدة ١٣% ، ورفض ذلك الدافع ٥١% من المبحوثين ، والتزم ١٦% من المبحوثين الحياد حيال ذلك .

وجاء وبنسبة أخيرة رأي المبحوثين في كون الصحف الأجنبية على الإنترنت قامت بوظيفة شغل أوقات فراغهم والترفيه عنهم بنسبة ٢٨% ، وافق على ذلك ١٦% ، ووافق عليه بشدة ١٢% ، واعتراض عليه ٤١% من المبحوثين ، ولم يذكر ٣١% من المبحوثين رأيهم في مدى قيام مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية بهذا الدور بالنسبة لمستخدميها ، ويوضح الجدول التالي هذه الإشباعات التي تحققت للنخبة من استخدامهم للصحف الإلكترونية الأجنبية :

الاتجاه		موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		لا رأي لي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تلبية كافة احتياجاتي الصحفية		٢٩	٢٩	٢٥	٢٥	١٦	١٦	٩	٩	٢١	٢١
تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها		٤١	٤١	٣٥	٣٥	٨	٨	١١	١١	٥	٥
أكتسب منها مهارات جديدة		١٣	١٣	٢٠	٢٠	٣٢	٣٢	١٩	١٩	١٦	١٦
تعطيني صورة موضوعية وصادقة عن الأحداث الهامة		١٧	١٧	٢٢	٢٢	٢٦	٢٦	١٥	١٥	٢٠	٢٠
وسيلة جيدة من وسائل الترفيه والتسلية		١٢	١٢	١٦	١٦	٢٧	٢٧	١٤	١٤	٣١	٣١
أخرى		٣	٣	١	١	-	-	-	-	-	-

جدول رقم (٣٨) يوضح الإشباعات المتحققة من استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية

يتضح من ذلك أن الإشباعات المعرفية جاءت في المرتبة الأولى ، ثم الإشباعات النفعية المرتبطة بتحقيق تقدم ومنفعة ذاتية للمستخدمين ، ثم الإشباعات الوجدانية والعاطفية في درجة أخيرة في ترتيب الإشباعات المتحققة للنخبة المصرية من وراء استخدامهم لمواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية على الإنترنت .

الفصل السابع

اتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية والإلكترونية

منذ بدأت الصحف الإلكترونية في الظهور على شبكة الإنترنت والحديث لا يتوقف عن مصير الصحف الورقية أو المطبوعة ، وعن شكل العلاقة المحتملة بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ، هل ستكون علاقة تنافس وتضاد ، أم علاقة تكامل ؟

وإذا كان بيل جيتس قد انتصر للرأي القائل بأن " مستقبل الصحف المطبوعة يتمثل في استخدام الإنترنت " فإن معارضة شديدة واجهت الرأي القائل بإمكانية إلغاء الصحف الإلكترونية لمثيلاتها الورقية استنادا على استقرار أحداث تطور وسائل الاتصال ، حيث لم تلغ وسيلة حديثة وسيلة قديمة ، بل أضافت إليها ، وكانت عاملا مساعدا على تطويرها .

ويتناول هذا المبحث رؤية النخبة المصرية بفئاتها الأربع (الإعلامية ، والسياسية ، والأكاديمية ، والدينية) لمستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية ، ورؤيتهم لعلاقات التأثير والتأثر المتبادل والمتوقع حدوثه بين الصحافتين ، باعتبار كل منهما وسيلة قائمة في حد ذاتها .

أثر تعرض النخبة المصرية للإنترنت على استخدامهم للصحف الورقية

يمكن قياس أثر استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية الموجودة على الإنترنت ، وأثر استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) على شكل علاقتهم بالصحف الورقية من خلال قياس مدى تعرضهم للصحف الورقية قبل استخدام الصحافة الإلكترونية وبعدها .

معدل استخدام النخبة للصحف الورقية قبل استخدامهم للإنترنت

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية النخبة المصرية كانت حريصة على الانتظام في قراءة الصحف المطبوعة ، وأن نسبة قليلة جدا هي التي لم تكن

تتعرض للصحف الورقية قبل استخدامهم للإنترنت ، فقد أوضحت الدراسة أن ٦٦,٧٥% من عينة الدراسة كانت تحرص على قراءة الصحف الورقية بانتظام ، وأن ٢٩,٧٥% كانوا يقرؤونها بشكل غير منتظم ، في حين أجاب ٣,٥% فقط أنهم لم يكونوا يقرؤون الصحف الورقية قبل استخدامهم للإنترنت ، وهي نتيجة منطقية لأن مجتمع البحث هو مجتمع النخبة الذي يتابع وسائل الإعلام ، ويشارك فيها بإنتاج الرسائل الإعلامية .

معدل استخدام النخبة للصحف الورقية بعد استخدامهم للإنترنت

كشفت نتائج الدراسة أن استخدام النخبة المصرية - بأنواعها المتعددة - للإنترنت ومواقع الصحف الإلكترونية عليها أثر على استخدامهم للصحف الورقية ولكن بشكل محدود ، وهذا التأثير له صورتان :

- (١) أن يتحول المبحوث من قارئ منتظم للصحف الورقية قبل استخدام الإنترنت إلى قارئ غير منتظم في قراءتها ، بسبب إمكانية قراءتها بسهولة ويسر على الشبكة المعلوماتية ، دلت النتائج أن ١٢% تقريبا من المبحوثين قد فعلوا ذلك ، فقد أشارت النتائج أن نسبة من يقرؤون الصحف الورقية بانتظام نقصت بعد استخدامهم للإنترنت من ٦٦,٧٥% إلى ٥٣% ، وأن نسبة الذين يقرؤونها أحيانا قد زادت من ٢٩,٧٥% قبل استخدام الإنترنت إلى ٤٠% بعد استخدامها .
 - (٢) أن يحجم المبحوث عن قراءة الصحف الورقية اكتفاء بقراءتها عبر موقعها الإلكتروني ، وهذه الفئة محدودة كما بينت نتائج الدراسة الميدانية ، حيث زادت نسبة من لا يقرؤون الصحف الورقية من النخبة قبل استخدام الإنترنت من ٣,٥% إلى ٧% ، أي أن ٣,٥% آخرين قد أحجموا عن قراءة الصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت .
- ويوضح الجدولين التاليين نسبة التعرض للصحف الورقية قبل وبعد استخدام المبحوثين للإنترنت :

معدل القراءة	ك	%
بانتظام	٢٦٧	٦٦,٧٥
أحيانا	١١٩	٢٩,٧٥
لا أقرأها	١٤	٣,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣٩) معدل تعرض النخبة للصحف الورقية قبل استخدام الإنترنت

معدل القراءة	ك	%
بانتظام	٢١٢	٥٣
أحيانا	١٦٠	٤٠
لا أقرأها	٢٨	٧
الإجمالي		

جدول رقم (٤٠) معدل تعرض النخبة للصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت

- ويتضح من ذلك أن الصحف الإلكترونية أثرت - في الوقت الراهن - بشكل محدود على مقروئية الصحف الورقية ، لكن ذلك لا يقطع أن يظل الأمر على هذا القدر من التأثير خاصة في ظل ما يلي :
- أن الصحف الإلكترونية لا تزال في بدايات ظهورها ، ولا يعرف بالضبط مدى ما ستكون عليه شكل العلاقة بين الصحف المطبوعة والإلكترونية إذا ما انتشرت الأخيرة بين المستخدمين - وليس النخبة فقط - على نطاق واسع .
 - أن الصحف الإلكترونية - أو معظمها - الآن تعد امتدادا لنشاط المؤسسات الإعلامية والصحفية التي تصدر الصحيفة الورقية ، ولم تظهر في البيئة الإلكترونية حتى الآن صحف إلكترونية خالصة لها نفس شهرة واتساع نطاق قراءة واستخدام الجمهور للصحف الورقية .

- أن الصحف الإلكترونية المصرية والعربية حديثة العهد نسبياً ، قليلة
الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها الإنترنت لها ، وبالتالي فإن مقومات
المنافسة الشديدة لم تكتمل بعد ، وربما تشهد السنوات القادمة مثل
تلك المنافسة ، وتؤدي إلى ترتيب أولويات التفضيل لدى قراء
الصحف .

- لا بد أن يؤخذ في الاعتبار أن التكنولوجيا لم تنتشر بشكل واسع في
مصر والدول العربية ، إذ تدل الإحصائيات الرسمية أن مستخدمي
الإنترنت في مصر يقدر بـ ٢,٧ مليون مستخدم في أواخر عام
٢٠٠٤م^١ أي ٣,٨% من عدد السكان وهي نسبة لا تسمح بالقول
بأن الصحف الإلكترونية قد انتشرت بشكل جماهيري كبير ، ولا
تسمح بوجود تأثير ملموس على البيئة الصحفية في مصر .

أسباب الغزوف عن قراءة الصحف الورقية

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة ضعيفة من عينة الدراسة (٣,٥%) لا تقرأ
الصحف الورقية قبل استخدامهم للإنترنت ، و ٧% بعد استخدامهم لها .
وبينت الدراسة أن السبب الأول وراء عدم قراءة الصحف الورقية أنه لم يعد
لديهم وقت لقراءتها ، كما أجاب ٢٨,٦% منهم ، حيث تخلق التكنولوجيا - رغم
فوائدها المتعددة - الكثير من التعقيدات التي تطال المجتمعات الإنسانية .
وبينت الدراسة أن السبب الثاني في إحجام بعض أفراد النخبة عينة الدراسة عن
قراءة الصحف المطبوعة على الورق هو الرغبة في عدم تحمل تكلفة شرائها ،
لأنه يدفع ثمناً أقل لقراءتها على الإنترنت وذلك بنسبة ١٧,٩% ممن لا يقرؤون
الصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت ، وأجاب ١٤,٣% أنهم في الأصل أي قبل
استخدامهم للإنترنت نادراً ما كانوا يقرؤونها .

^١ Internet World Stats: Usage and Population Statistics(6-2004)available on:
www.Internetworldstats.com

سبب عدم القراءة	ك	%
لم يعد لدي وقت أقضيه في قراءتها	٨	٢٨,٦
لأنني لا أريد أن أتحمل تكلفتين	٥	١٧,٩
لأنني كنت في الأصل مقلا في قراءة الصحف الورقية	٤	١٤,٣
لأن الصحف الإلكترونية أغنتني بالفعل عنها	٣	١٠,٧
لأن الصحف الإلكترونية تتيح لي ميزات أفضل من الورقية	٣	١٠,٧
لأنني لا بد أن أواكب التطور التكنولوجي	٣	١٠,٧
أخرى	٢	٧,١
الإجمالي	٢٨	١٠٠

جدول رقم (٤١) أسباب الإحجام عن قراءة الصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت

وكشفت الدراسة أن من أسباب عدم قراءة الصحف الورقية أن الصحف الإلكترونية أغنت ١٠,١٧% بالفعل من المبحوثين عنها ، لأن الكثير من مواقع هذه الصحف تنشر كل أو معظم المواد التحرييرية المنشورة في نسختها الورقية . كما أجاب- بنفس النسبة- بأنهم يفضلون قراءة الصحف على الإنترنت لأنها تتيح لهم إمكانيات أفضل من الصحف الورقية ، حيث يستطيع المستخدم الحصول على خلفيات وموضوعات ذات صلة من خلال الروابط التي توفرها الصحيفة الإلكترونية ، كما يستطيع في بعض مواقع الصحف إبداء رأيه في مقال ما وإرسال رسالة إلى كاتبه بالبريد الإلكتروني، أو كتابة تعليق يقرؤه كل متصفح للموقع ببنط مختلف ، كما يمكنه في النهاية أن يحول هذا النص الإلكتروني إلى شكل ورقي من خلال طباعته على حاسبه الشخصي .

وذكر ١٠,٧% آخرون أنهم لا يقرؤون الصحف الورقية لأنهم لا بد أن يواكبوا التطور التكنولوجي الذي أدى إلى ظهور الصحف الإلكترونية ، ولا

يكونوا بمعزل عن هذه التطورات ، الأمر الذي يعكس رغبتهم في تبني هذا النمط المستحدث من وسائل الإعلام .

وعلى ٧,١% من المبحوثين أسباب عدم قراءتهم للصحف الورقية بأمور أخرى مثل كونهم كانوا يتحملون تكلفة عالية في شراء هذه الصحف ، في حين تتيحها لهم الإنترنت بتكلفة أقل ، وينطبق ذلك أكثر على الجرائد والمجلات الأجنبية التي يرتفع ثمنها ، وتقل تكلفة قراءتها على الإنترنت لأقل من ذلك بكثير .

دوافع استخدام النخبة للصحف الورقية

على العكس من الشريحة السابقة من عينة الدراسة تبرز دوافع استخدام غالبية النخبة للصحف الورقية سواء كان بشكل منتظم (٥٣%) أو منقطع (٤٠%) فيما يلي :

- أن ٦٥,٥% ذكروا بأن التعود على قراءة الصحف الورقية وقف حائلا دون العزوف عن قراءتها تماما ، وإن كان أثر على بعضهم بعدم الانتظام في قراءتها ، ويوضح ذلك أن المواد المطبوعة تمتاز بأنها من أكثر وسائل الإعلام التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض ، كما تتيح له الفرصة لقراءة الرسالة الإعلامية أكثر من مرة ، وتشير التجارب إلى أن المواد المعقدة من الأفضل تقديمها مطبوعة من تقديمها في أي وسيلة أخرى^١ ، والعادة كما يقول علماء الاجتماع نوع من أنواع السلوك الاجتماعي يغلب عليه الطابع النفسي ، لأنه يرضي مشاعر وجدانية تنشط في ظروف اجتماعية معينة ، وتؤدي هذه الأنواع من السلوك إلى إرضاء هذه المشاعر ، وهناك علاقة وثيقة بين نمط العادات وطبيعة النسق الثقافي السائد ، حيث تعمل على تجديد ثقافة المجتمع ، فكل عادة مستحدثة تؤدي إلى تغيير بعض الأوضاع الجامدة ، ويحدث صراع

^١ جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥م) ص ٣٤٢

بين العادات القديمة والجديدة ، وتتنصر منهما العادة التي توفر الوقت والمجهود .^١

- وبينت الدراسة أن ١٤,٤% من العينة تقرأ الصحف الورقية لأن قراءتها أسهل وأفضل للعين من الصحف الإلكترونية ، حيث يعد هذا الأمر من المعوقات الصحية لانتشار الصحف الإلكترونية على نطاق واسع ، خاصة عند متقدمي السن ، كما أن الجلوس أمام شاشة الحاسب الآلي يسبب إجهادا بصريا .

- وذكر ٢٥,٨% من المبحوثين ميزة أخرى للصحف الورقية ، وهي إمكانية قراءتها و حملها في وسائل النقل والمواصلات ، وفي الحقيقة فإن الصحف الإلكترونية يمكن قراءتها وحملها أيضا في هذه الوسائل من خلال الكمبيوتر المحمول Lab Top المتصل على الهاتف الجوال ، أو قراءتها بالشكل الإلكتروني (أوف لاين) offline ، وقد تشهد السنوات القادمة انتشارا واسعا لهذه الوسيلة بما يعطي للصحيفة الإلكترونية نفس الميزة السابقة .

- كما أن نتائج الدراسة أظهرت أن ٢٥% من المبحوثين يقرؤون الصحف الورقية حتى بعد استخدامهم للإنترنت وقراءة الصحف الإلكترونية عليها ، لأن بعض الأبواب الصحفية لا تنشر إلا في الصحف الورقية ، فموقع جريدة الأهرام مثلا لا ينشر الأخبار الخاصة بالحوادث والجرائم على الإنترنت لمبررات اجتماعية ، كما أن أبوابا أخرى كالإعلانات المبوبة وأسواق السيارات والعقارات لا يتمكن المتصفح من قراءتها على الشبكة إلا من خلال خطوط تليفونية خاصة بالأهرام (خدمة مدفوعة الثمن) .

- وأوضحت نتائج الدراسة أن نسبة قليلة (١٤%) لا تزال تقرأ الصحف الورقية لأنهم يعدون أرشيفا ورقيا خاصا بهم لهذه الصحف

١.د. محمد عبد السميع عثمان ، أسس علم الاجتماع المفاهيم والقضايا (القاهرة ك.د.ن.، د.ت.) ص ٢٩٣

، أو لموضوعات معينة بداخلها ، والحقيقة أن إعداد ملفات بواسطة الكمبيوتر أسهل بكثير ، حيث لا يحتاج المستخدم إلا مساحة افتراضية ، كما أن الكثير من مواقع الصحف الإلكترونية تتيح لمستخدميها إمكانية البحث في الأرشيف الإلكتروني للحصول على أي عدد سابق من تاريخ حفظ الصحيفة على الإنترنت ، كما توفر خدمة البحث عن موضوعات معينة بسرعة تفوق مئات المرات الأسلوب التقليدي في البحث وإعداد الملفات .

- وأشار ١,١% من المبحوثين إلى أمور أخرى دفعتهم لقراءة الصحف الورقية بعد استخدامهم للإنترنت كإقتضاء ظروف العمل ذلك .

ويوضح الجدول التالي دوافع استخدام المبحوثين بالنسب والأرقام للصحف الورقية :

دوافع التعرض	ك	%
لأنني تعودت قراءة وتصفح الصحف الورقية ولا أستطيع الاستغناء عنها	٢٤٣	٦٥,٣
لأن قراءتها أسهل وأفضل للعين من الصحف الإلكترونية	١٥٤	٤١,٤
لأنها تتيح لي قراءتها وحملها في وسائل النقل	٩٦	٢٥,٨
لأن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية	٩٣	٢٥
لأن جهة العمل توفرها لي	٨١	٢١,٨
لأنني أعد أرشيفا ورقيا لهذه الصحف أو بعض محتوياتها	٥٢	١٤
أخرى	٤	١,١
المجموع	*٧٢٣	١٩٤,٤

* اختار المبحوثون أكثر من اختيار

جدول رقم (٤٢) دوافع تعرض النخبة الصحف الورقية

اتجاه النخبة نحو قدرة الصحف الإلكترونية على جذب قراء الصحف الورقية

يعرف الاتجاه عند علماء النفس الاجتماعي بأنه استعداد عصبي وفكري يؤثر في استجابات الفرد نحو الأشياء أو الحالات ذات العلاقة ، وهو نظام أو تنظيم ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل أو الاستعداد السلوكي ¹ .
ويعد عنصر المعرفة بذلك أحد العناصر الأساسية في تحديد الاتجاه ، حيث يؤثر البناء المعرفي بجوانبه الاجتماعية والفردية في وصف موضوع الاتجاه وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات فتجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفي .

وقد بينت نتائج الدراسة أن ٥٨,٧٥% من عينة الدراسة يرون أن الصحف الإلكترونية تؤثر بشكل أو بآخر على الصحف المطبوعة على الورق ، بينما أجاب ٤١,٢٥% من العينة أنهم يرون أن الصحف الإلكترونية من وجهة نظرهم لا تؤثر في الوقت الراهن على الصحف الورقية ، وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التي تؤكد أن استخدام الإنترنت لم يؤثر بدرجة ملموسة على معدلات قراءة الصحف المطبوعة في مختلف أنحاء العالم ، وعلى سبيل المثال فإن الصحف الإيطالية المطبوعة لا زالت تلقى رواجاً كبيراً رغم تضاعف استخدام الإنترنت في إيطاليا بمعدل ٢٣ مرة في السنوات الخمس الأخيرة ، ووصل عدد المستخدمين إلى نحو عشرة ملايين شخص من إجمالي عدد السكان البالغ ٥٧ مليوناً ، وأكد بحث آخر أجراه المركز الإيطالي للدراسات الاجتماعية أن عدد الإيطاليين الذين يقرؤون الصحف والمجلات والكتب لم يتغير في السنوات القليلة الماضية رغم تزايد استخدام الإنترنت ² .

¹ د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مصدر سابق ، ص ١٩٠

² د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ١٣٩

وأشارت الدراسة إلى أن ٤٥,٢٥% من المبحوثين قد تنبؤوا بأن تتفوق الصحف الإلكترونية في جذب العدد الأكبر من قراء الصحف ، في حين رأى ٢٤,٧٥% فقط أنها غير قادرة على ذلك ، ولم يبد ٣٠% رأيهم في ذلك .

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أعدت عن اتجاهات الصحفيين السعوديين نحو مستقبل الصحف المطبوعة ، حيث أكدوا أن الصحف المطبوعة ستكون قادرة على جذب قراء جدد ، وبررت الدراسة ذلك بعدم وضوح الرؤية لدى الصحفيين السعوديين بالقدر المناسب ، وأنه في إطار سعيهم لتأكيد الانتماء للصحافة المطبوعة ، وربما لعدم الوعي الكافي بطبيعة التهديدات التي تواجه الصحافة ربما بالغوا في تقدير الإمكانيات الحالية والمستقبلية للصحف المطبوعة ، ولذا يمكن أن تعد هذه الاتجاهات بمثابة آراء عاطفية يبدونها الصحفيون للتعبير عن اعتزازهم بالانتماء للصحافة المطبوعة ، إضافة إلى الدفاع عن واقع ومستقبل مهنتهم أكثر منها مواقف موضوعية تعكس قناعاتهم بقدرات الصحف السعودية المطبوعة ، وقدرتها على التعامل الإيجابي مع ما ستواجهه من تحديات اقتصادية وتقنية ومهنية^١.

إمكانية الصحف الإلكترونية لإلغاء الصحف الورقية

فيما يتعلق باستشراف مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية فقد ذكر ٥٩% تقريبا من عينة الدراسة أن الصحف الإلكترونية لن تقدر على إلغاء الصحف الورقية في المستقبل القريب ، بينما ذكر ١٢,٥% فقط من العينة أنها قادرة على ذلك ، ولم يحدد ٢٩% تقريبا رأيهم في ذلك ، الأمر الذي يعني أن الصحافة الورقية ستبقى في السوق الاتصالي لأسباب عديدة من بينها أن تاريخ وسائل الاتصال يؤكد أنه ما من وسيلة جديدة استطاعت القضاء على الوسيلة

^١فهد بن عبد العزيز العسكر ، د.فايز بن عبد الله الشهري ، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة ، مؤتمر الصحافة وأفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣) ص ٣٥

السابقة ، فظهور الراديو في أوائل القرن العشرين لم يقض على الصحافة المطبوعة ، وظهور التلفزيون في منتصف القرن الماضي لم يقض على الراديو ، وبالتالي فإن ظهور وانتشار الإنترنت لن يقضي على الصحافة المطبوعة أو الراديو أو التلفزيون .

قدرة الصحف الإلكترونية لجذب موارد اقتصادية أكثر من الصحف الورقية

بما أن المورد الإعلاني هو أكثر الموارد المالية مساهمة في تكلفة إنتاج الصحيفة ، وتحقيق الربح لها فإن هذه الدراسة تقيس مدى قدرة الصحف الإلكترونية لجذب الموارد الاقتصادية أكثر من الصحف الورقية من خلال إجابة المبحوثين عن التساؤل المتعلق برؤيتهم لقدرة الصحافة الإلكترونية لجذب المعلنين والموارد الإعلانية على شبكة الإنترنت ، وقد كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين لم يرجحوا أيًا من نوعي الصحافة السابقين سيكون أكثر جذبًا للإعلانات ، حيث ذكر ٤٢,٢٥% أن الصحافة الإلكترونية هي الأقدر على ذلك ، في حين ذكر ٤٣,٧٥% أن الصحف المطبوعة ستكون الأقدر على جذب الموارد الإعلانية ، بينما وقف ١٤% على الحياد ، وتختلف هذه النتيجة أيضًا مع نتيجة الدراسة التي أجريت على الصحفيين السعوديين التي توصلت إلى أن الصحف المطبوعة قادرة على الاحتفاظ بالمعلنين ، كما أنها قادرة على جذب معلنين جدد إليها ^١.

إمكانية الصحف الإلكترونية لتطوير الصحف الورقية

وكشفت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من النخبة المصرية عينة الدراسة (٧٩,٢٥%) ترى أن العلاقة التكاملية بين الصحف الإلكترونية والورقية هي التي ستسود في المستقبل ، وليست علاقة التنافس والصراع ، ورأت هذه النسبة أن الصحف الإلكترونية سيكون بإمكانها الأخذ بأيدي الصحف الورقية إلى تطوير

^١ السابق نفسه ، ص ٣١

قدراتها وإمكانياتها الفنية والبشرية ، وافق على ذلك بشدة ٥٣,٢٥% من المبحوثين ، ووافق بدرجة أقل ٢٦% ، في حين رأى ٢٢,٧٥% فقط أن الصحف الإلكترونية لن يكون لها دور في تطوير الصحف الورقية ، منهم ٨% أيدوا ذلك بشدة ، ولم يحدد ٢% فقط من عينة الدراسة رأيهم في ذلك .

وهو ما يشير إلى أن الصحافة المطبوعة يمكن أن تعظم استفادتها من الإنترنت ، وتجعل من هذه الشبكة قناة للارتقاء بالعمل الصحفي ، وقناة للترويج والوصول إلى أسواق جديدة من خلال إقامة مواقع لها على الشبكة ، وهو ما تم بالفعل (وفي هذه الحالة فإن الصحف الإلكترونية تعد بمثابة امتداد للنشاط الإعلامي للجهة أو المؤسسة التي تصدر الصحيفة الورقية) إذ تشير الدراسات في هذا المجال إلى حدوث زيادة ملموسة في توزيع الصحف التي لها مواقع على الشبكة ، بالإضافة إلى تحقيق بعض الصحف أرباحاً من خلال وجود مواقع لها على الشبكة من خلال بيع المواد الأرشيفية ، والإعلانات الإلكترونية ، وتقديم الخدمات التسويقية ، وغيرها من الخدمات غير المجانية ^١.

وربما يفسر أنه ليس ثمة تناقض أو تنافس بين صحافة الإنترنت والصحافة الورقية أنهما تتوجهان إلى جمهورين مختلفين: جمهور صحيفة الإنترنت و هو إجمالاً جمهور مغترب في أسواق لا تستطيع أن تصل إليها الصحافة الورقية، أو متخصصون يفتشون عن موضوع معين لأرشفته أو توثيقه لاستعماله في دراسة معينة، أو مهتمون بمواضيع محددة يدخلون إلى موقع معين للاطلاع على هذه المواضيع. أما الصحافة الورقية فمستخدمها هو قارئ الصحيفة، فالشخص «المتعود» على قراءة صحيفة، لا تزال الوثيقة الورقية أسهل بكثير للقراءة بالنسبة إليه خصوصاً لجهة الوقت، غير أن صحافة الإنترنت تساهم برفد الصحافة الورقية بقراء جدد. ونلاحظ أن صحيفة «المستقبل» على الإنترنت تساهم في خلق روابط بينها وبين الطبعة الورقية. فكثير من القراء من الخليج العربي ومن المغتربات عندما يزورون لبنان خلال الصيف يطلبون صحيفة «المستقبل» الورقية

^١د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ١٣٩

لأنهم كانوا يقرؤونها خلال وجودهم في بلدانهم عبر موقعها على الإنترنت. ولذا فإن توزيع «المستقبل» وانتشارها قد ازداد بعد إنشاء موقعها على شبكة الإنترنت، وازداد أكثر بعد تسهيل عملية الدخول إلى هذا الموقع¹

لكن السؤال الذي يحتاج إلى إجابة : هل يظل الحال كذلك في المستقبل أم أن نسب توزيع الصحف الورقية ربما تتأثر بوجودها على الإنترنت ؟ والعلاقة التكاملية التي تنبأ بها أغلب عينة الدراسة هي أحد سيناريوهات مستقبل العلاقة بين الصحافتين ، الذي يشير إلى سير الصحافة الورقية والإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة من الإنترنت سواء في عملية التحرير أو الاتصالات أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية في شكل ملخصات أو نسخ كاملة ، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو، والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعات الصفوة وفي مجالات متخصصة.²

إمكانية تفوق الصحف الورقية على الصحف الإلكترونية

وفيما يتعلق باستشراف مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية ، واحتمالات تفوق الصحف المطبوعة على الإلكترونية أجاب ٤٥,٥% من النخبة المصرية باحتمال حدوث ذلك ، ١٦% أيّدوا ذلك ، و ٢٩,٥% أيّدوه بشدة ، بينما عارضته النسبة الأكبر (٥٢,٧٥%) ، واعترض على احتمالية تفوق الصحف الورقية ٣٤,٥% ، واعترض عليه بشدة ١٨,٢٥% ، و ١,٧٥% محايدون .

ونستنتج من ذلك أن غالبية المبحوثين استبعدوا احتمالية تفوق الصحف الورقية ، غير أن نسبة غير قليلة لم تستبعد ذلك ، وتتمشى هذه الرؤية مع أحد سيناريوهات مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية حيث تسير فيه

¹ هاني حمود رئيس تحرير صحيفة المستقبل اللبنانية : لا تناقض ولا تنافس بين الورق والإنترنت ، مجلة اتصال ، العدد السادس (يناير ٢٠٠٤م)

access on 31/7/2005 http://www.etesal.com/etesal/section/full_story.cfm?aid=675&ino=6

² د.محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات (القاهرة :د.ن. ٢٠٠٠) ، ص ٢٩٢

الصحافة المطبوعة مع الصحافة الإلكترونية بشكل تكون فيه الغلبة للصحافة المطبوعة ، ويناسب هذا السيناريو الدول التي ما زالت نسبة الأمية فيها مرتفعة ، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية ، حيث ما زال استخدام الحاسبات مرتبطا باستخدامات متخصصة ، أو استخدام فئات من صفوف المجتمع ، وهذا يشمل معظم دول العالم الثالث^١.

وفي إطار التأكد من ثبات اتجاهات المبحوثين نحو درجة التأثير المتبادل المحتمل في مستقبل العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والورقية تم طرح العبارتين التاليتين :

- الصحف الإلكترونية سيكون لها تأثير محدود على مستقبل الصحف الورقية .
- الصحف الإلكترونية لن يكون لها أي تأثير على مستقبل الصحف الورقية .

فجاءت إجابات المبحوثين لتثبت اتجاههم في دور مؤثر للصحف الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية دون تحديد لطبيعة هذا الدور ، فقد أجاب ٤٣,٢٥% من المبحوثين عدم موافقتهم على العبارة الأولى ، في حين وافق عليها ١٤% فقط من عينة الدراسة ، وذكر ٤٢,٧٥% أنهم محايدون .

وأجاب ٥٢% من المبحوثين عدم موافقتهم على العبارة الثانية ما بين ٢٨,٢٥% غير موافق ، و ٢٣,٧٥% غير موافق على الإطلاق ، في حين أجاب بالموافقة ٣٦% من العينة منهم ٢٣,٢٥ وافقوا عليه بشدة ، ووقف ١٢,٥% على الحياد . مما سبق يتضح أن النخبة المصرية تنبأت بعلاقة أثر غير قليلة من الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية ، وإن اختلفت في التنبؤ بحدود وشكل هذه العلاقة .. كما هو موضح في الجدول التالي :

^١المصدر السابق نفسه ، ص ٢٩٢

الاتجاه		الفئة		موافق بشدة		موافق		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		لا رأي لي		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢١	٥,٢	٢٩	٧,٢	٩٧	٢٤,	١٣	٣٤,	١١	٢٨,	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية قد تلغي الصحف الورقية															
٥٦	١٤	١٢	٣١,	٤٧	١١,	٥٢	١٣	١٢	٣٠	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية ستكون أكثر جذبا للقراء من الصحف الورقية															
٤٨	١٢	١٢	٣٠,	٦٦	١٦,	١٠	٢٧,	٥٦	١٤	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية ستجذب المعلنين أكثر من الصحف الورقية															
٣٨	٩,٥	١٨	٤,٥	٤٠	١٠	١٣	٣٣,	١٧	٤٢,	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية سيكون لها تأثير محدود على مستقبل الصحف الورقية															
٢١	٥٣,	١٠	٢٦	٥٩	١٤,	٣٢	٨	٨	٢	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية ستكون عاملا مساعدا على تطوير الصحف الورقية															
٤٩	١٢,	٩٣	٢٣,	١١	٢٨,	٩٥	٢٣,	٥٠	١٢,	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الإلكترونية لن يكون لها أي تأثير على مستقبل الصحف الورقية															
١١	٢٩,	٦٤	١٦	١٣	٣٤,	٧٣	١٨,	٧	١,٧	٤٠	١٠٠	٠	٠	٠	٠
الصحف الورقية سيكون لها التميز على الصحف الإلكترونية															

جدول رقم (٤٣) درجة تأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية

الفصل الثامن

اختبار فروض الدراسة

يتناول هذا المبحث التحقق من الفروض العلمية الخاصة بالدراسة لمعرفة العلاقة بين أكثر من متغير في دراسة استخدام النخب المصرية للصحافة الإلكترونية

الفرض الأول :

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين واستخدام الصحف الإلكترونية على الإنترنت .

ويقاس هذا الفرض العلاقة بين خصائص المبحوثين وبين استخدامهم للصحف الإلكترونية ، من خلال مجموعة من الفروض الفرعية :

(١) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واستخدام الصحف

الإلكترونية ، ويوضح الجدول التالي الأرقام الإحصائية التي تختبر

هذه العلاقة :

النوع	ذكر		أنثى		المجموع		مستوى معنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	
يستخدم الصحف الإلكترونية	١٧٢	٤٣	١١١	٢٧,٧٥	٢٨٣	٧٠,٧٥	٠,٣٥
لا يستخدم الصحف الإلكترونية	٧٨	١٩,٥	٣٩	٩,٧٥	١١٧	٢٩,٥	٠,٨٦
المجموع	٢٥٠	٦٢,٥	١٥٠	٣٧,٥	٤٠٠	١٠٠	١,٢١

جدول رقم (٤٤) يبين العلاقة بين متغير النوع واستخدام الصحف الإلكترونية

وقد أثبتت الدراسة خطأ هذا الفرض ، وبلغ معامل كا ١,٢١ ، عند درجة حرية ١ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أكثر من ٠,٠٥ ، وبلغت قيمة كا لمن يستخدمون الصحف الإلكترونية ٠,٣٥ ، ومن لا يستخدمونها ٠,٨٦ ، ولم توجد فروق لها دلالة إحصائية بين الذكور والإناث لاستخدام الصحف الإلكترونية .

(٢) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية وبين استخدام الصحف الإلكترونية

وقد ثبت صحة هذا الفرض كما يوضح الجدول التالي :

الفئة العمرية	أقل من ٣٠ سنة		من ٣٠ إلى ٤٠ سنة		من ٤٠ إلى ٥٠ سنة		أكثر من ٥٠ سنة		المجموع		استخدام الصحف	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
يستخدم الصحف الإلكترونية	٤٢	١٠,٥	٢١٠	٥٢,٥	٢٠	٥	١١	٢,٧٥	٢٨٣	٧٠,٧٥	١٣,٤٨	دالة
لا يستخدم الصحف الإلكترونية	٢٦	٦,٥	٤٩	١٢,٢٥	٢١	٥,٢٥	٢١	٥,٢٥	١١٧	٢٩,٢٥	٣٢,٥٧	دالة
المجموع	٦٨	١٧	٢٥٩	٦٤,٧٥	٤١	١٠,٢٥	٣٢	٨	٤٠	١٠٠	٤٦,٠٥	دالة

جدول رقم (٤٥) يبين العلاقة بين متغير الفئة العمرية واستخدام الصحف الإلكترونية

- لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة المبحوثين الذين تبلغ أعمارهم أقل من ٣٠ عاما ، إذ بلغت قيمة اختبار كا ٢,٤١ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أكثر من ٠,٠٥

- ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٠ و ٤٠ سنة ، وبلغت قيمة معامل كا $13,32$ ، وهي نسبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من $0,05$ بدرجة حرية ٣ ، وهو ما يعني وجود علاقة ارتباط قوية بين هذه الفئة العمرية ونسبة التعرض للصحف الإلكترونية ، ويشير ذلك إلى أن الشباب الذين تزيد أعمارهم على الثلاثين عاما هم أكثر الفئات العمرية تعرضا للصحف الإلكترونية ، وهو ما يتفق مع الدراسات التي خلصت إلى أن الشباب الذين هم في سن المراهقة تحدد استخداماتهم للإنترنت للتسلية والترفيه وشغل وقت الفراغ ، كما أن من تتراوح أعمارهم فوق الفئة العمرية الشابة لا يستخدمون الإنترنت بكثافة .

- كما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من فئة من تتراوح أعمارهم من ٤٠ إلى ٥٠ سنة ، ومن تزيد أعمارهم على ٥٠ سنة ، حيث بلغت قيمة اختبار كا $9,54$ ، $20,26$ على التوالي ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من $0,05$.

- وبالتالي فقد ثبت صحة الافتراض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية وبين التعرض للصحف الإلكترونية ، حيث بلغت قيمة كا $46,05$ ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من $0,05$.

(٣) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مجال النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية، ويوضح الجدول التالي هذا الفرض :

نوع النخبة	إعلامية		سياسية		أكاديمية		دينية		المجموع		استخدام الصحف الإلكترونية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
يستخدم الصحف الإلكترونية	٩٥	٢٣	٧٢	١٨	٧٧	١٩	٣٩	٩,٧	٢٨٣	٧٠	٢٣,١٢
لا يستخدم الصحف الإلكترونية	٥	١,٢	٢٨	٧	٢٣	٥,٧	٦١	١٥	١١٧	٢٩	٥٥,٩٤
المجموع	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	١٠٠	٢٥	٤٠٠	١٠٠	٧٩,٠٦

جدول رقم (٤٦) يبين العلاقة بين متغير نوع النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية

- وتشير بيانات هذا الجدول إلى صحة هذا الفرض حيث بلغت قيمة كا $٧٩,٠٦$ ، عند درجة حرية ٣، وهي نسبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من $٠,٠٥$ ، حيث بلغت أعلى المتوسطات للنخبة الدينية بقيمة بلغت $٤٨,٥٨$ ، حيث لم يجب سوى ٣٩% من النخبة الدينية بأنهم يتعرضون للصحف الإلكترونية رغم أنهم من مستخدمي الإنترنت، ويشير ذلك إلى عدم اهتمام النخبة الدينية بالإعلام الصحفي الإلكتروني، رغم أهميته الشديدة في الحقل الدعوي.

- كما أشارت الإحصائيات إلى وجود علاقة قوية أيضا بين التعرض للصحف الإلكترونية وبين الانتماء للنخبة الإعلامية، إذ بلغت قيمة كا $٢٨,٤٢$ ، وهي نسبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من $٠,٠٥$ ، وبلغت نسبة مستخدمي الصحف الإلكترونية ٩٥% من إجمالي النخبة

الإعلامية ، وهي نتيجة منطقية ، تتفق مع طبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب اطلاعا دائما على مواقع الصحف والإفادة منها .

- ولم يثبت الجدول الإحصائي فروقا ذات دلالة إحصائية بين الانتماء لكل من النخبة السياسية أو الأكاديمية ، حيث بلغت قيمة كا ٠,٠٧٨ ، و ١,٨٩٨ على التوالي ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أكثر من ٠,٠٥

الفرض الثاني : وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .

ويقاس هذا الفرض العلاقة بين مستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية وكل من متغير النوع والفئة العمرية والمجال النخبوي ، ويوضح الجدول التالي العلاقة بين متغير النوع ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية الثلاث :

النوع	ذكر		أنثى		المجموع		نوع الصحيفة	
	ك	%	ك	%	ك	%		
الصحف المصرية	١٥٥	٥٤,٧	٧٤	٢٦,٢	٢٢٩	٨٠,٩	٢٩,٤	دالة
الصحف العربية	١١٨	٤١,٧	٧٩	٢٧,٩	١٩٧	٦٩,٦	٢٤,١	دالة
الصحف الأجنبية	٧٣	٢٥,٨	٢٧	٩,٥	١٠٠	٣٥,٣	١٥,٣	دالة
المجموع	-	-	-	-	٢٨٣	٧٠,٧٥	٦٨,٨	دالة

جدول رقم (٤٧) يبين العلاقة بين متغير النوع ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية

- ويتضح من هذا الجدول ثبوت هذا الفرض ، حيث توجد علاقة بين متغير النوع وبين مستوى التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ، إذ بلغت قيمة كا ٦٨,٨ ، بدرجة حرية ٢ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥

وأثبتت الدراسة وجود علاقة بين متغير الفئة العمرية ومستويات التفضيل بين كل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ، كما يوضحه الجدول التالي :

نوع الصحيفة	الفئة العمرية	أقل من ٣٠ سنة		من ٣٠ إلى ٤٠ أقل من ٤٠ سنة		من ٤٠ إلى ٥٠ أقل من ٥٠ سنة		أكثر من ٥٠ سنة		المجموع		مستوى معنوية
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الصحف المصرية	٣٣	١١,٧	١٦,٥٩	١٨	٦,٤	٩	٣,١	٢٢	٨٠,٣	٣,٢	٧	غير دالة
الصحف العربية	٢٧	٩,٥	١٥,٥٥	٨	٢,٨	٦	٢,٢	١٩	٦٩,٦	٨,٢	٦	دالة
الصحف الأجنبية	٣٠	١٠,٦	٦٨,٢٤	٢	٠,٧	-	-	١٠	٣٥,٣	١١,٣٥	٣٥	دالة
المجموع	-	-	-	-	-	-	-	٢٨	٧٠,٧٥	٥٧,٤٧	٤٧	دالة

جدول رقم (٤٨) يبين العلاقة بين متغير الفئة العمرية ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية

ويتضح من هذا الجدول وجود علاقة بين متغير الفئة العمرية للمبحوث وبين تفضيله لنوع الصحيفة الإلكترونية التي يتعرض لها من حيث التقسيم الجغرافي لها

، وبلغت قيمة كا ٥٧,٤٧ بدرجة حرية ٦ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وتعني أن الفئات العمرية الأقل يتعرضون للصحف الأجنبية بشكل أكثر ، كما أن الذين تزيد أعمارهم عن خمسين سنة لم يتعرضوا قط للصحف الأجنبية ، وهو ما يشير إلى قدرة الشباب على الانفتاح على الثقافات الأخرى أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى .

كما أثبتت الدراسة صحة الفرضية القائلة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع النخبة ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية كما يوضحها الجدول التالي :

نوع النخبة	إعلامية		سياسية		أكاديمية		دينية		المجموع		أنواع الصحف
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الصحف المصرية	٦٠	٢١,٢	٥٤	١٩,١	٧٢	٢٥,٤	٣٥	١٢,٤	٢٢	٨٠,٩	٦,٦
الصحف العربية	٨١	٢٨,٦	٥٤	١٩,١	٥٥	١٩,٤	٧	٢,٥	١٩	٦٩,٦	٢٤,٨
الصحف الأجنبية	٥٨	٢٠,٥	١٨	٦,٤	٢٤	٨,٤	-	-	١٠	٣٥,٣	١٩,٣
المجموع	-	-	-	-	-	-	-	-	٢٨	٧٠,٧٥	٥٠,٧
									٣		٧٩

جدول رقم (٤٩) يبين العلاقة بين متغير نوع النخبة ومستويات التفضيل بين أنواع الصحف الإلكترونية

حيث بلغت قيمة معامل كا ٥٠,٧٩ ، عند درجة حرية ٦ درجات أيضا ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وهي دالة في كل من

النخبة الإعلامية والدينية حيث بلغت قيمة كا للنخبة الدينية ٢٨,٠٦ ، حيث لم يتعرض أي من النخبة الدينية للصحافة الإلكترونية الأجنبية ، الأمر الذي يعكس عدم التأهيل اللغوي لدى الدعاة ، ليتمكنوا من الاطلاع على مضمون الإعلام الدولي ، وما يطرح فيه من تصورات قد تكون غير منصفة عن الإسلام ، كما أن ٧% منهم فقط يتعرضون للصحف الإلكترونية العربية ، بما يشير إلى اقتصرهم على الإعلام المحلي في المقام الأول .

وسجلت النخبة الإعلامية إثبات العلاقة بين الانتماء لها وبين مستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية ، وبلغت قيمة كا ١٩,٥٣ ، حيث يتعرض للصحف المحلية ٦٠% منهم ، ٨١% للصحف العربية ، و٥٨% للصحف الأجنبية ، كما تشير هذه الأرقام إلى أن النخبة الإعلامية وحدها تشكل أكثر من نصف من يتعرضون للصحف الإلكترونية الأجنبية ، وهو ما يتفق والدور الإعلامي الذين يؤدونه ، وينتج عن برامج التأهيل التي تعد لهؤلاء الإعلاميين.

الفرض الثالث : وجود علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين واتجاههم نحو مستقبل الصحف الإلكترونية .

ويقاس هذا الفرض العلاقة بين خصائص المبحوثين واتجاههم نحو تأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية .

- وفيما يتعلق بالعلاقة بين متغير النوع والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية أثبتت الدراسة صحة هذا الفرض ، حيث بلغت قيمة معامل كا ٤٦,١ ، عند درجة حرية ١ ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، حيث أبدى الذكور رأيهم بأغلبية ٧١,٦% بوجود تأثير من الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية ، في حين بلغت نسبة الإناث القائلات بوجود هذا التأثير ٣٧,٣%

من إجمالي عدد الإناث في عينة الدراسة ، وربما يدل ذلك على إدراك ووعي الذكور بدرجة أكثر بالقدرات التأثيرية للصحافة الإلكترونية على العملية الصحفية بشكل عام .

النوع	ذكر		أنثى		المجموع		العبارة
	ك	%	ك	%	ك	%	
الصحف الإلكترونية تؤثر على الصحف الورقية	١٧٩	٤٤,٧٥	٥٦	١٤	٢٣٥	٥٨,٧٥	دالة
الصحف الإلكترونية لا تؤثر على الصحف الورقية	٧١	١٧,٧٥	٩٤	٢٣,٥	١٦٥	٤١,٢٥	دالة
المجموع	٢٥٠	٦٢,٥	١٥٠	٣٧,٥	٤٠٠	١٠٠	دالة

جدول رقم (٥٠) يبين العلاقة بين متغير النوع وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية

- وفيما يتعلق بالعلاقة بين متغير الفئة العمرية والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية على الورقية فقد أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية والاتجاه نحو التأثير ، وبلغت قيمة كا $٤٦,٦٤$ عند درجة حرية ٣ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من $٠,٠٥$ ، وبينت الأرقام الإحصائية إثبات الدلالة في الفئات العمرية التي تزيد عن ٣٠ سنة ، بينما دلت على عدم ثبوت الدلالة في العلاقة بين الفئة الخاصة بأقل من ٣٠ عاماً وبين الاتجاه نحو تأثير

الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية ، وبلغت قيمة كا ١,١٧ ، وهي
قيمة دالة عند مستوى معنوية أكثر من ٠,٠٥
ويوضح الجدول التالي العلاقة بين متغير الفئة العمرية والاتجاه نحو تأثير
الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية :

نوع الصحيفة	الفئة العمرية		أقل من ٣٠ سنة		من ٣٠ إلى ٤٠ أقل من ٤٠ سنة		من ٤٠ إلى ٥٠ أقل من ٥٠ سنة		أكثر من ٥٠ سنة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصحف الإلكترونية تؤثر على الصحف الورقية	٣٦	٩	١٨	٤٥	١٣	٣	٦	١	٢٣	٥٨	١٩	٢
الصحف الإلكترونية لا تؤثر على الصحف الورقية	٣٢	٨	٧٩	١٩	٢٨	٧	٢٦	٦	١٦	٤١	٢٧	٤
المجموع	٦٨	١٧	٢٥	٦٢	٤١	١٠	٣٢	٨	٤٠	١٠	٤٦	٦٤

جدول رقم (٥١) يبين العلاقة بين متغير الفئة العمرية وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية

- وفيما يتعلق بالعلاقة بين متغير مجال النخبة والاتجاه نحو تأثير الصحف
الإلكترونية على الصحف الورقية ثبتت صحة الفرضية القائلة بوجود فروق
ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين ، حيث بلغت قيمة كا ٦٢,٩ ، عند
درجة حرية ٣ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل
من ٠,٠٥ ، وارتفع مستوى الدلالة بين الانتماء للنخبة الدينية والاتجاه نحو
التأثير ليصل إلى قيمة ٢١,٢٨ وفقا لاختبار كا ، بما يفيد وجود علاقة سلبية
بين المتغيرين ، كما تدل الإحصائيات وجود علاقة قوية إيجابية بين

الانتماء للنخبة الإعلامية والاتجاه نحو وجود التأثير بين الصحافتين الإلكترونية والورقية ، حيث بلغت قيمة كا ١٠,٨٩ ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، بينما لم تثبت فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة النخبة السياسية والأكاديمية وبين الاتجاه نحو التأثير في الصحف الورقية .

وبوضح الجدول التالي العلاقة بين متغير المجال النخبوي والاتجاه نحو

تأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية :

نوع النخبة	إعلامية	سياسية	أكاديمية	دينية	المجموع		
العبارة	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الصحف الإلكترونية تؤثر على الصحف الورقية	٧٥	١٨	٥٧	١٤	٦٧	١٦	٣٦
	٧	٢٥	٧٥	٩	٢٣٥	٥٨	٤٣
	٥						٩
الصحف الإلكترونية لا تؤثر على الصحف الورقية	٢٥	٦	٤٣	١٠	٣٣	٨	٢
	٢٥	٧٥	٥	٦٤	١٦	٤١	١٩
المجموع	١٠	٢٥	١٠	٢٥	١٠	٢٥	٦٢
	٠	٠	٠	٠	٠	١٠٠	٩

جدول رقم (٥٢) يبين العلاقة بين متغير نوع النخبة وتأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية

الفرض الرابع : وجود علاقة ارتباط بين الخبرة الزمنية للمبحوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية .

يختبر هذا الفرض العلاقة بين الخبرة الزمنية لاستخدام الإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية ، ويوضح الجدول التالي البيانات الإحصائية الخاصة بذلك :

مستوى معنوية	كا	المجموع		من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات		من سنتين إلى ٣ سنوات		من سنة إلى سنتين		من ستة أشهر إلى أقل من سنة		أقل من ستة أشهر		الخبرة الزمنية التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
دالة	١٠	٧٠,	٢٨٣	٥,٧	٢٣	٢٩,	١١	١٧,	٧١	١٥,	٦٢	٢,	٩	يتعرض للصحف الإلكترونية
	١	٧٥		٥		٥	٨	٧٥		٥		٢٥		
دالة	١٤	٢٩,	١١٧	٠,٢	١	٨	٣٢	٩,٢	٣٧	١٠	٤٠	١,	٧	لا يتعرض للصحف الإلكترونية
		٥		٥				٥				٧٥		
دالة	١١	١٠٠	٤٠٠	٦	٢٤	٣٧,	١٥	٢٧	١٠	٢٥,	١٠	٤	١٦	المجموع
	٥					٥	٠		٨	٥	٢			

جدول رقم (٥٣) العلاقة بين الخبرة الزمنية لاستخدام الإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية

وقد أثبتت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين الخبرة الزمنية لاستخدام النخبة للإنترنت وبين تعرضهم للصحف الإلكترونية ، وبلغت قيمة كا ١١٥ ، عند درجة حرية ٤ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، ولم تثبت الفروق ذات الدلالة الإحصائية في الفئة المتعلقة باستخدام الإنترنت منذ أقل من ستة أشهر ، وفي فئة مستخدمي الإنترنت من سنة إلى سنتين ، وبلغت

قيمة كا فيهما ١,٦٢ ، و ١,٣٠٥ على التوالي ، ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أكثر من ٠,٠٥ ، بينما ثبتت هذه الفروق في بقية الفئات .

الفرض الخامس : وجود علاقة ارتباط بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية .

ويختبر هذا الفرض العلاقة بين المكان الذي يدخل فيه المبحوث إلى الإنترنت وبين استخدامه للصحف الإلكترونية ولم تثبت فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين ، حيث بلغت قيمة كا ٦,٢ ، عند درجة حرية ٣ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، كما توضحه الأرقام الإحصائية المبينة في الجدول التالي :

الفئة	مكان التعرض للإنترنت		في العمل		في المنزل		مقامي الإنترنت		أخرى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يتعرض للصحف الإلكترونية	٩١	٢٢,٧٥	١٧٥	٤٣,٧٥	١٧	٤,٢٥	-	-	٢٨	٧٠,٢٨	٢٨	٧٠,٢٨
لا يتعرض للصحف الإلكترونية	٣٢	٨	٨٠	٢٠	٣	٠,٧٥	٢	٠,٥	١١	٢٩,٧١	١١	٢٩,٧١
المجموع	١٢٣	٣٠,٧٥	٢٥٥	٦٣,٧٥	٢٠	٥	٢	٠,٥	٤٠	١٠,٤٠	٤٠	١٠,٤٠

جدول رقم (٥٤) العلاقة بين مكان التعرض للإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية

الفرض السادس : وجود علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للإنترنت وبين التعرض للصحف الإلكترونية .

يختبر هذا الفرض وجود علاقة بين التعرض للصحف الإلكترونية وبين متغير مرات الدخول للإنترنت في الأسبوع ، وبين الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت .

- وفيما يتعلق بالعلاقة بين مرات التعرض للإنترنت أسبوعيا وبين التعرض للصحف الإلكترونية فقد أثبتت الدراسة ثبوت فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين ، إذ بلغت قيمة اختبار مربع كا $39,7$ ، عند درجة حرية ٤ درجات ، وهي نسبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من $0,05$ ، وبلغت أعلى القيم الإحصائية في فئة دخول الإنترنت مرة كل أسبوع ، حيث بلغت قيمة كا $12,98$ ، وفي فئة الدخول للإنترنت كل يوم قيمة كا $5,51$ ، وهي قيم دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من $0,05$ ، بينما لم تثبت هذه الدلالة الإحصائية عند من يستخدمون الإنترنت من مرتين إلى ثلاث مرات أسبوعيا ، وبلغت قيمة كا $0,63$ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أكثر من $0,05$ ، كما هو موضح بالجدول التالي :

مرات الدخول للإنترنت الفئة		كل يوم		من ٤ إلى ٦ مرات في الأسبوع		من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع		مرة كل أسبوع		أقل من ذلك		المجموع		مستوى معنوية
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
يتعرض للتصفح الإلكترونية		١٢	٣٠,٥	٩٠	٢٢,٥	٢٥	٦,٢٥	٣٧	٩,٢٥	٩	٢,٢	٢٨	٧٠,٧٥	١١,٦ غير دالة
لا يتعرض للتصفح الإلكترونية		٢٤	٦	٣١	٧,٧٥	١٢	٣	٣٣	٨,٢٥	١٧	٤,٢	١١	٢٩,٥	٢٨,٠ غير دالة
المجموع		١٤	٣٦,٥	١٢	٣٠,٢	٣٧	٩,٢٥	٧٠	١٧%	٢٦	٦,٥%	٤٠	١٠٠%	٣٩,٧ غير دالة

جدول رقم (٥٥) العلاقة بين كثافة التعرض للإنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية

وفيما يتعلق بالعلاقة بين الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت والتعرض للتصفح الإلكتروني فقد توصلت الدراسة إلى ثبوت الفرضية القائلة بوجود علاقة بينهما ، حيث بلغت قيمة مربع كا ١٦٥,٦ ، عند درجة حرية ٦ درجات ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وبلغت أقصى دلالتها عند فئة من يتعرضون للإنترنت لأقل من ٥ دقائق ، ومن ٥ إلى ١٠ دقائق ، حيث بلغت قيمة كا ٣١,٩٦ ، و ٣٢,٠٦ على التوالي ، إذ لا يستطيع من يتعرض للإنترنت أقل من ١٠ دقائق أن يتصفح جريدته الإلكترونية ، بينما دلت هذه الأرقام بنسبة دلالة عالية إيجابية عند فئة من يقضون من نصف ساعة إلى ساعة على الإنترنت ، وبلغت قيمة كا ٢٩,٤٨ ، وذلك على النحو الموضح في الجدول التالي

الفئة	الوقت المخصص لكل جلسة		أقل من ٥ دقائق		من ٦ إلى ١٠ دقائق		من ١١ إلى ٣٠ دقيقة		من ٣١ إلى أقل من ٦٠ دقيقة		من ساعة إلى أقل من ساعتين		من ساعتين إلى أكثر من ٥ ساعات		المجموع	مستوى مغنوية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يتعرض للصفحة الإلكترونية	١	٠,٢	١٣	٣,٢	٤٨	١٢	١٠	٢٥	٦٥	١٦,	٢٧	٦,٧	٢٧	٦,٧	٢٨	٧٠,
لا يتعرض للصفحة الإلكترونية	١٥	٣,٧	٢٩	٧,٢	٢١	٥,٢	٦	١,٥	٣٤	٨,٥	١٢	٣	—	—	١١	٢٩,
المجموع	١٦	%٤	٤٢	١٠٠, %٥	٦٩	١٧٠, %	١٠	٢٧	٩٩	٢٤٠, %	٣٩	٩٠,٧	٢٧	٦٠,٧	٤٠	١٠٠,
							٨	%		٧٥		%٥		٥	٠	٥,٦

جدول رقم (٥٦) العلاقة بين الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت واستخدام الصحافة الإلكترونية

الفرض السابع : وجود علاقة ارتباط عكسية بين زيادة تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية وزيادة تعرضهم للصحف الورقية .

أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعرض للصحف الورقية قبل استخدام الإنترنت والصحف الإلكترونية ، وبعد استخدامهم لها ، كما يوضح الجدول التالي :

مستوى معنوية	٢كا	المجموع		لا أقرأها		أحيانا		بانتظام		قبل بعد
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
دالة	٤٠,٩٢	٥٣	٢١٢	١,٢٥	٥	٥,٥	٢٢	٤٦,٢٥	١٨٥	بانتظام
دالة	٥٣,٨١	٤٠	١٦٠	٠,٧٥	٣	٢٢,٥	٩٠	١٦,٧٥	٦٧	أحيانا
دالة	٢٥,٩٣٦	٧	٢٨	١,٥	٦	١,٧٥	٧	٣,٧٥	١٥	لا أقرأها
دالة	١٢٠,٦٦	١٠٠	٤٠٠	٣,٥	١٤	٢٩,٧٥	١١٩	٦٦,٧٥	٢٦٧	المجموع

جدول رقم (٥٧) العلاقة بين نمط قراءة الصحف الورقية قبل وبعد استخدام الإنترنت

ويتضح من هذا الجدول وجود علاقة بين نمط التعرض للصحف الورقية قبل وبعد استخدام النخبة للإنترنت ، حيث بلغت قيمة كا ١٢٠,٦٦ ، عند درجة حرية ٤ درجات ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وبلغت أعلى ارتباط معنوي عند فئة من كانوا يقرؤون الصحف الورقية بانتظام قبل استخدامهم للإنترنت ، ثم تحولوا إلى قارئ غير منتظمين لها بعد استخدامهم لشبكة الإنترنت وقراءة الصحف الإلكترونية عليها ، إذ بلغت قيمة كا ٥٣,٨١ ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ ، وهو الأمر الذي يؤكد

على تأثير التعرض للصحف الإلكترونية بشكل أو بآخر على قدر التعرض
للصحف الورقية .

النتائج العامة للدراسة

استهدفت هذه الدراسة التعرف على استخدامات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية - كظاهرة حديثة نسبيا - يزداد معدل استخدامها على المستوى الصحفي أو النخبوي ، وكذلك معرفة أنماط التعرض وتفضيلات المبحوثين لمضامين هذا النوع من الصحافة ، ودوافع الاستخدام ، والإشباع المتحققة منها ، واتجاه النخبة نحو مستقبل ظاهرة الصحافة الإلكترونية ، وإمكانية تأثيرها على الصحف المطبوعة ، وحدود العلاقة المستقبلية بين الصحافتين .

وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية :

فيما يتعلق بخصائص المبحوثين وتعرضهم للإنترنت :

أولاً : أن الفئة العمرية الخاصة بسن الشباب جاءت في المرتبة الأولى كمتغير فاعل في استخدام النخبة المصرية للإنترنت ، وخاصة من تتراوح أعمارهم بين ٣٠ و ٤٠ عاما ، حيث بلغت نسبتهم ٦٢,٢٥% من عينة الدراسة ، ومن بلغت أعمارهم أقل من ثلاثين عاما بنسبة ١٩% ، وجاء من هم فوق سن الأربعين بنسبة ١٨,٢٥% ، الأمر الذي يؤكد على أن الشباب هم الأقدر على التعامل مع معطيات التكنولوجيا الحديثة ، وعلى تبني الأفكار والوسائل الإعلامية المستحدثة ونشرها .

ثانياً : توصلت الدراسة إلى أن أفراد النخبة يتعرضون للإنترنت بكثافة ، حيث تبين أن ٤١,٧٥% - وهي نسبة عالية - من أفراد العينة يستخدمون شبكة الإنترنت يوميا ، وأن ٢٩,٢٥% يدخلون الإنترنت من ٤ إلى ٦ مرات أسبوعيا ، وأن ١٥,٥% يستخدمون الإنترنت مرة واحدة أسبوعيا ، وتشير هذه النسب إلى استخدام كثيف ، في حين تشير بعض الدراسات إلى أن الاستخدام الكثيف

للإنترنت ينطبق على من يستخدمها مرة واحدة كحد أدنى في الأسبوع ، كما توصلت الدراسة إلى أن النخبة يقضون أوقاتا طويلة على الإنترنت ، فقد أجاب ٢٧% منهم أن الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت من نصف ساعة إلى ساعة ، وأن ٢٤,٧٥% يقضون من ساعة إلى ساعتين كل مرة دخول للإنترنت ، بينما بلغت نسبة من يتعرضون للإنترنت لأقل من نصف ساعة ٣١,٧٥% ، وانخفضت نسبة من يتعرضون لها لأكثر من ساعتين إلى ١٦,٥% .

ثالثا : أثبتت الدراسة خبرة زمنية معقولة لأفراد النخبة في استخدامهم للإنترنت ، الأمر الذي يشير إلى سرعة استجابة النخبة لتلك الوسيلة الإعلامية الجديدة وإقبالهم عليها ، حيث أفاد ٣٧,٥% من عينة الدراسة أنهم يستخدمون الإنترنت منذ فترة تتراوح بين سنتين وثلاث سنوات ، وأن ٢٧% يستخدمونها منذ فترة تتراوح بين عام إلى عامين ، و ٢٥,٥% يستخدمون الإنترنت منذ فترة تتراوح بين ستة أشهر إلى عام ، وانخفضت نسبة من يستخدمونها منذ فترة طويلة جدا تتعدى الثلاث سنوات إلى ٦% ، ومن يستخدمونها منذ فترة وجيزة لا تتعدى الستة أشهر إلى ٤% من المبحوثين .

رابعا : دلت نتائج الدراسة على أن استخدام النخبة للدخول إلى الإنترنت أجهزة كمبيوتر خاصة بهم جاء في المقام الأول ، ثم أتى بعد ذلك تصفحهم للإنترنت في جهة العمل ، حيث ذكر ٦٦% منهم أن مكان دخول الإنترنت بشكل رئيس هو المنزل ، ثم جهة العمل بنسبة ٣٠,٧٥% وأن عددا محدودا منهم يدخلونها في إحدى مقاهي الإنترنت ، وأن هناك أكثر من مكان للدخول على الشبكة ، ف بجانب هذه الأماكن فإن هناك أماكن أخرى يدخلون على الإنترنت من خلالها .

خامسا : أن النخبة يستخدمون أجهزة الكمبيوتر ، ويدخلون على الإنترنت بمهارة ، حيث أجاب ٩٣,٥% منهم أنهم يعرفون نظام التشغيل الخاص بجهاز الكمبيوتر الذي يستخدمونه ، وأن ٩٥,٧٥% من المبحوثين يعرفون البرنامج

المتصفح الذي يدخلون من خلاله إلى شبكة الإنترنت ، وأن ٩٦,٧٥% من النخبة يستخدمون محركات بحث مختلفة على الشبكة للاستفادة بالوفرة المعلوماتية وثراء الوسيلة التي تحمل هذه المعلومات لمستخدميها .

سادسا : بينت الدراسة أن مبررات استخدام النخبة للإنترنت تمثلت في امتلاك أفرادها لأجهزة الكمبيوتر ، والانتماء إلى أجيال متمرسة على استخدام التكنولوجيا ، ولاعتقاد المبحوثين بأنها مفيدة إلى درجة كبيرة ، ولأن وظائفهم وأعمالهم تقتضي استخدام شبكة الإنترنت .

سابعا : تمثلت دوافع استخدام النخبة للإنترنت في الدوافع النفعية في المقام الأول ، الاستفادة منها في مجال العمل ، ثم الدوافع المعرفية المتمثلة في معرفة الأخبار المحلية والدولية ، وجاءت الدوافع الخاصة بالتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ في المرتبة الثالثة .

وفيما يتعلق باستخدام النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية :

أولا : أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد النخبة يتعرضون للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت بنسبة ٧٠,٧٥% ، وأن ٢٩,٢٥% فقط من عينة الدراسة لا يتعرضون لها ، وهو ما يتفق مع كثير من الدراسات التي أثبتت أن مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر مواقع الإنترنت تفضيلا ، لا يسبقها في ذلك سوى استخدام البريد الإلكتروني من قبل المستخدمين على شبكة الإنترنت .

ثانيا : خلصت الدراسة إلى أن السمة الفورية والآنية في إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية ، وما تمثله هذه الصحف للنخبة كبديل سهل للصحف التقليدية ، ولأنها تفيدهم في مجال عملهم ، ولأنها لا تكلف مستخدميها الكثير من المال ، ولأنهم يتمكنون من قراءة الصحيفة الإلكترونية قبل نزول الإصدار الورقي منها في الأسواق ، ثم لأنهم لابد أن يسايروا العصر وما يحمله من تطور تكنولوجي في مجال الصحافة ، حيث يشعر مستخدمو الوسائل المستحدثة بنوع من التميز والتمتع بروح التجديد ، والقدرة على مسايرة الابتكارات الحديثة .

ثالثا : بينت الدراسة أن أقل من ثلث العينة (٢٩% تقريبا) لا يقرؤون الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت لعدة أسباب ، كان منها أنهم لا يعرفون مواقع هذه الصحف ، ولأنهم يكتفون بقراءة الصحف المطبوعة فلا داعي لتحمل تكلفة قراءتها مرة أخرى على الإنترنت ولو كانت قليلة ، أو لأنهم يفضلون مواقع أخرى على الإنترنت ليس من بينها مواقع الصحف الإلكترونية .

وفيما يتعلق بعلاقة النخبة بالصحافة الإلكترونية المصرية

أولا : كشفت نتائج دراسة استخدام النخبة المصرية للصحف الإلكترونية أن الصحف الإلكترونية المصرية كانت أكثر تفضيلا لديهم عن الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ، وأرجع الباحث ذلك لأهمية الأخبار المحلية لدى المستخدمين ، وهي ما تقل نسبة تواجدها في كل من الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية ، ولصعوبات لغوية فيما يتعلق بالصحف الأجنبية ، حيث فضل ٨٠,٩% من المبحوثين الصحف الإلكترونية المصرية ، في حين فضل ٦٩,٩% الصحف الإلكترونية العربية ، بينما لم يقبل على الصحف الإلكترونية الأجنبية سوى ٣٥,٥% من عينة الدراسة .

ثانيا : جاءت صحيفة الأهرام على شبكة الإنترنت في المرتبة الأولى في قائمة تفضيلات النخبة المصرية للصحافة الإلكترونية المصرية ، ويرجع ذلك لأسباب ترتبط بحجم ومكانة الإصدار الورقي منها ، بالإضافة إلى مقومات التفوق الإلكتروني لموقع جريدة الأهرام على غيرها من المواقع ، كما توصلت إلى ذلك بعض الدراسات ، وتلتها صحيفتا الأخبار والجمهورية ، وهي الصحف المسماة بالقومية ، نظرا للإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسات الصحفية التي تقف وراء الإصدار الإلكتروني لكل صحيفة ، وتلتها صحف الأسبوع ، آفاق عربية ، الوفد نظرا لمبررات خاصة بكل صحيفة ذكرت في العرض التفصيلي لنتائج الدراسة ، وخلت قائمة الصحف الإلكترونية الأكثر تفضيلا تقريبا من الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي ، لقلة هذه الصحف ، حيث تمثل المواقع الإلكترونية التابعة للصحف الورقية الجزء الرئيس من ظاهرة الصحافة الإلكترونية المصرية .

ثالثا : أوضحت نتائج الدراسة أن المادة الإخبارية المتعلقة بالموضوعات السياسية جاءت في الترتيب الأول من حيث مستويات تفضيل النخبة لمضامين الصحف الإلكترونية ، تلتها الأخبار المحلية ، ثم مقالات الكتاب وصفحات الرأي ، فالموضوعات الرياضية ، وأخيرا الموضوعات الاقتصادية والفنية .

رابعا : اتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن هناك كتابا يعدون بمثابة نجوم الصحافة الإلكترونية ، حيث جاء الكاتب أنيس منصور والكاتب فهمي هويدي في مقدمة هؤلاء الكتاب بنسب تفضيلية عالية ، ٤٤,١ % ، و ٤١,٥ % على التوالي ، أحدهما أحد كتاب الأعمدة في الأهرام ، والآخر من كتابها في صفحة قضايا وآراء ، الأمر الذي يتعذر معه استنتاج تفضيل المقالات القصيرة في الصحف الإلكترونية ، حيث يتميز مقال فهمي هويدي بالطول الشديد ، إلا أنه يشير إلى المكانة الكبيرة التي يتمتع بها هؤلاء الكتاب في الصحف الورقية ، وتلاهما من

حيث التفضيل سلامة أحمد سلامة ، وإبراهيم سعدة ، وأحمد رجب ، ... الخ القائمة التي وردت في تفاصيل عرض النتائج في الفصل السادس .

خامسا : كشفت نتائج الدراسة فيما يتعلق بدوافع استخدام النخبة للصحف الإلكترونية المصرية أن الدوافع المعرفية جاءت في مقدمة هذه الدوافع المتمثلة في معرفة الأخبار الفورية والمعلومات ، والاطلاع على الأخبار المحلية ، ثم جاءت الدوافع النفعية المتمثلة في إمكانية قراءة الصحيفة قبل نزولها إلى الأسواق ، وتوفير تكلفة شراء الصحيفة الورقية ، أو لأنها غير موجودة بشكلها الورقي مثل صحيفة شباب مصر ، أو لأنهم تعودوا على قراءة الصحف فلما يسرت لهم الإنترنت ذلك تعرضوا للصحف الإلكترونية بجهد مبذول أقل .

سادسا : أظهرت نتائج الدراسة أن مفهوم المشاركة النشطة من جمهور النخبة في مواقع الصحف الإلكترونية ظهر بشكل واضح أثناء مشاركتهم في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي ، واستخدام البريد الإلكتروني الذي توفره مواقع الصحف الإلكترونية لمستخدميها ، وقل هذا النشاط والإيجابية في أشكال تفاعلية أخرى كالمشاركة في غرف الحوار والنقاش والانضمام إلى المواقع البريدية في هذه المواقع ، وإجراء حوار مباشر مع أحد الأشخاص على موقع الصحيفة أو ما يعرف بخدمة المراسل Messenger ، وهو ما يشير بشكل أو بآخر إلى أن الصحف الإلكترونية المصرية لا توفر كثيرا من الأشكال التفاعلية التي تميز شبكة الإنترنت لمستخدميها ، ولا تستفيد من الإمكانيات التفاعلية المتعددة التي تتيحها الشبكة .

سابعا : بينت الدراسة أن الإشباعات التي تحققت من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية تمثلت في تزويد النخبة بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها ، وأنها لبت كافة احتياجاتهم الصحفية ، غير أن مواقع الصحف الإلكترونية لم تحقق لدى جمهور النخبة الإشباع المتعلق بتنمية المهارات ، أو

اكتساب المهارات الجديدة ، كما لا تلبي الحاجة إلى التسلية وقضاء وقت الفراغ ، الأمر الذي أرجعه الباحث إلى انتشار المواقع الأخرى التي تحقق وتشبع رغبات مستخدمي الإنترنت في التسلية والترفيه ، بخلاف مواقع الصحف الإلكترونية ، وإلى أن أفراد النخبة تبحث في الصحف الإلكترونية عن إشباع الحاجات المعرفية والعملية أكثر من الحاجات الترفيهية .

وفيما يتعلق بعلاقة النخب المصرية بالصحافة الإلكترونية العربية :

أولا : أظهرت نتائج الدراسة أن ٧٠% تقريبا من مجتمع النخبة المصرية يفضلون التعرض للصحف الإلكترونية العربية ، وأن أكثر الصحف العربية تفضيلا لديهم هي (الشرق الأوسط ، الحياة ، الجزيرة السعودية ، النهار اللبنانية ، الأيام الفلسطينية ، الشرق القطرية) الخ قائمة الصحف العربية الأكثر تفضيلا التي وردت بتفصيلات نتائج الدراسة ، وهو ما يشير إلى أن الصحف ذات الأصل الورقي احتلت المرتبة الأولى في هذه القائمة المفضلة ، لقلة وحدائة الصحف التي ليس لها إصدار مطبوع ، وقل وجود صحف مفضلة صادرة من دول المغرب العربي لأسباب تاريخية تتعلق بمتغيرات ثقافية وحضارية ، كما يرجح الباحث وجود خلط عند المبحوثين بين موقع صحيفة الجزيرة السعودية ، وموقع قناة الجزيرة القطرية ، مما أدى إلى مجيء صحيفة الجزيرة السعودية في المركز الثالث في قائمة الصحف العربية الإلكترونية الأكثر تفضيلا لدى النخبة المصرية .

ثانيا : خلصت الدراسة إلى أن دوافع استخدام الصحف الإلكترونية العربية تمثلت في الدوافع المعرفية المتعلقة بمعرفة أخبار الوطن العربي والعالم ، ثم الدوافع النفعية المتمثلة في الاستفادة منها في مجال العمل ، أو أن الجهد والتكلفة المبذولين

في قراءة الصحف الإلكترونية العربية أقل منهما في قراءة الصحف العربية الورقية ، أو أنها غير متاحة أصلا بشكلها الورقي .

ولم يوافق جمهور النخبة المصرية على امتلاك الصحف الإلكترونية العربية إمكانيات تكنولوجية وتفاعلية أكثر من الصحف المصرية إلا بنسبة قليلة ، الأمر الذي يعكس واقع الصحافة الإلكترونية العربية الذي يحتاج إلى تطوير ، وإلى فهم أكبر لطبيعة الإنترنت كوسيلة إعلامية ، ولم يوافق إلا نسبة قليلة من جمهور النخبة المصرية على دافع التعرض للصحف العربية لأنها تستكتب كتابا عالميين ، أو تعيد نشر مقالاتهم ، أو أنها تتمتع بدرجة من الحرية تفوق نظيرتها المصرية ، فلا تتمتع الدول العربية على امتدادها - إلا بهامش من الحرية يضيق أو يتسع وفقا للمقتضيات السياسية والاقتصادية الخاصة بكل قطر ، ولا تزال الصحف الإلكترونية العربية والمصرية عاجزة عن استغلال مناخ الحرية الذي أتاحتها الإنترنت الاستغلال الأمثل .

ثالثا : أظهرت نتائج الدراسة أن الموضوعات والأخبار السياسية جاءت في مقدمة المضامين المفضلة لدى النخبة المصرية في الصحف الإلكترونية العربية ، ثم الموضوعات الرياضية ، فالموضوعات الثقافية والأدبية ، ثم جاءت الموضوعات الفنية ، والمقالات في الترتيب الأخير ، وترتب على ذلك انخفاض نسبة من يفضلون كاتبنا معينا في مواقع الصحف الإلكترونية العربية ، حيث ذكر معظم المبحوثين أنهم لا يذكرون كاتبنا مفضلا لديهم في مواقع هذه الصحف ، في حين أجاب باقي المبحوثين بتفضيلهم لبعض الكتاب ، جاء في مقدمتهم جهاد الخازن ، وسمير عطا الله ، وأحمد الجار الله ، ومحمد الرميحي ، ود. زغلول النجار ، وآخرون على النحو المفصل في موضعه من الدراسة .

رابعا : أثبتت النتائج الميدانية مشاركة أفراد النخبة المصرية في الأشكال التفاعلية المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية العربية ، في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي بنسبة ٧٣,٦% من إجمالي قراء الصحف الإلكترونية من المبحوثين ، و

٦٥,٦% للاشتراك في خدمات البريد الإلكتروني خلال هذه المواقع ، و ٦٣,٥% يشتركون في القوائم البريدية ، بينما قلت مشاركتهم في غرف الحوار والنقاش ، والمراسل ، وهو ما قد يشير إلى عدم انتشار هذه السمات على مواقع الصحف العربية على الإنترنت وفق ما ذكره المبحوثون .

خامسا : خلصت الدراسة إلى أن تلبية الحاجات الصحفية والمعرفية جاءت في مقدمة الإشباكات التي تحققت لدى جمهور النخبة من استخدامهم للصحف الإلكترونية العربية ، بينما ذكر المبحوثون أن مواقع هذه الصحف لا تلبي حاجتهم للتسلية أو الترفيه أو اكتساب مهارات جديدة ، أو تنمية ما لديهم من مهارات إلا بنسبة محدودة ، كما اتضح أن هذه الصحف لا تشبع الحاجة لمعرفة التحليلات الإخبارية والمواد الصحفية التي لا توجد في الصحف المصرية إلا بنسبة ضئيلة .

وفيما يتعلق بعلاقة النخبة المصرية بالصحف الإلكترونية الأجنبية :

أولا : انتهت الدراسة إلى أن نسبة قليلة نسبيا تستخدم مواقع الصحف الأجنبية على شبكة الإنترنت ، (٣٥,٣%) من إجمالي قراء الصحف الإلكترونية من عينة الدراسة ، وربما يرجع ذلك إلى العائق اللغوي وعوامل أخرى تتعلق بدوائر اهتمام المبحوثين وطبيعة أعمالهم ، وبينت نتائج الدراسة أن أكثر الصحف الإلكترونية الأجنبية تفضيلا لدى النخبة المصرية صحيفة نيويورك تايمز The New York Times ثم مجلة تايم Time الأمريكيتين ، تلتها صحيفة التايمز The Times ، ثم مجلة النيوزويك News Week الأمريكية ، ثم الصنداي تايمز The Sunday Times البريطانية ، فالواشنطن بوست The Washington Post ، ويو إس إيه توداي USA Today الأمريكيتين ، ...الخ القائمة الواردة في تفاصيل نتائج البحث ، وتشير هذه القائمة إلى ارتفاع نسبة الصحف الناطقة بالإنجليزية بصفة عامة ، والأمريكية منها بصفة خاصة ، الأمر الذي يؤكد سيطرة

الإنجليزية على مضمون الإعلام الإلكتروني على الإنترنت ، وإلى غلبة وتفوق الإعلام الأمريكي لعدة عوامل ترتبط بالمتغيرات السياسية والتكنولوجية والفنية .

ثانيا : كشفت الدراسة عن دوافع تعرض النخبة المصرية لمواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية التي تمثلت في الدوافع المعرفية المتعلقة بمعرفة أخبار العالم ، والدوافع النفعية المرتبطة بقلّة تكلفة قراءة الصحف الإلكترونية الأجنبية عن قراءة الورقية منها ، أو الاستفادة منها في محيط العمل الخاص بأفراد النخبة أو أنها غير متاحة بشكلها الورقي ، و لأنها تلتزم بالدقة والموضوعية فيما تنشره ، أو لمطالعة المقالات الهامة التي تنشر على صفحاتها الإلكترونية ، أو الدوافع المرتبطة بالفضول وحب الاستطلاع في المرتبة الأخيرة .

ثالثا : أظهرت النتائج أن أكثر الموضوعات تفضيلا لدى النخبة في مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية هي الموضوعات والأخبار السياسية ، ثم الموضوعات الرياضية ، فالاقتصادية ، ثم الموضوعات الفنية ، ثم موضوعات التسلية والترفيه ، والموضوعات الثقافية والأدبية وقراءة المقالات الهامة في المرتبة الأخيرة ، وبالتالي فقد ذكر ٨٤% من المبحوثين أنهم لا يستطيعون تحديد أو ذكر الكاتب المفضل لديهم في مواقع هذه الصحف ، بينما ذكرت نسبة قليلة أسماء لبعض الكتاب مثل روبرت فيسك ، وتوماس فريدمان .

رابعا : كشفت نتائج الدراسة عن نشاط غير كثيف لجمهور النخبة على مواقع الصحف الإلكترونية الأجنبية ، وجاء في مقدمة هذه الأشكال التفاعلية المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي ، والانضمام للقوائم البريدية ، وقلت نسبة من يشاركون في غرف الحوار ، أو استخدام خدمة المراسل للاتصال بالمحررين أو الأشخاص على مواقع هذه الصحف ، ويؤخذ على النخبة في هذا السياق عدم إقامة جسور من الحوار والتفاعل الثقافي مع الغرب بشكل إلكتروني من خلال تفعيل المشاركة في هذه النشاطات .

خامسا : بينت الدراسة أن أهم الإشباعات التي تحققت لجمهور النخبة من الصحف الإلكترونية الأجنبية كانت الإشباعات المتعلقة بمعرفة الأخبار والمعلومات التي يريدونها ، ثم تلبية الاحتياجات الصحفية والإعلامية ، وإعطاء صورة صادقة وموضوعية عن الأحداث الهامة ، بينما لم تتحقق الإشباعات المتعلقة باكتساب وتنمية المهارات لدى النخبة ، أو أنها حققت رغبتهم في شغل أوقات الفراغ والتسلية إلا بنسبة ضئيلة ، وهو ما يتفق وطبيعة هذه المواقع ، حيث أنها ليست مواقع للتسلية بالمقام الأول ، كما يتفق وطبيعة أفراد النخبة التي تأتي الحاجات المعرفية لديهم في المقام الأول ، والحاجة لشغل أوقات الفراغ في مرتبة متأخرة .

فيما يتعلق باتجاهات النخبة حول مستقبل العلاقة بين الصحف الإلكترونية والورقية :

أولا : بينت الدراسة الميدانية أن تعرض النخبة لشبكة الإنترنت وللصحافة الإلكترونية قد أثر - ولكن بشكل محدود - على مقروئية الصحف الورقية ، وأن هذا التأثير له أحد شكلين :

- إما أن يتحول المبحوث من قارئ منتظم للصحف الورقية إلى قارئ غير منتظم لها .

- وإما أن يحجم المبحوث عن قراءة الصحف الإلكترونية اكتفاء بقراءتها على شبكة الإنترنت .

لكن هذا التأثير المحدود لا يقطع بأن يظل الأمر على هذا القدر من التأثير في المستقبل ، خاصة مع الاتجاه نحو تبني وانتشار تكنولوجيا الحاسب الآلي في مصر وعدد من الدول العربية ، ومع تطور ونمو ظاهرة الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت .

ثانيا : أفادت النتائج أن نسبة قليلة جدا (٣,٥%) قد أحجمت عن قراءة الصحف الورقية بعد تعرضهم للصحف الإلكترونية والإنترنت ، وبررت هذه النسبة إجمامهم عن قراءتها بأنه لم يعد لديهم وقت لقراءتها ، وأن الصحف الإلكترونية تقدم البديل الأسهل لهذه الصحف ، ولأنها تتيح إمكانيات أفضل مما تتيحها لهم الصحف الورقية .

ثالثا : أثبتت الدراسة أنه على الرغم من قراءة الصحف الإلكترونية والتعرض للإنترنت إلا أن النسبة الأكبر من عينة البحث لم تحجم عن قراءة الصحف الورقية بشكل منتظم أو غير منتظم بدافع التعود على قراءتها ، ولأنها أفضل للعين من الصحف الإلكترونية ، ولإمكانية حملها واصطحابها في وسائل النقل ، ولأن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية ، أو لأنهم يعدون أرشيفا ورقيا لبعض الأبواب والموضوعات التي يفضلونها .

رابعا : استخلصت الدراسة ترددا في تبني موقف محدد من وجود تأثير للصحف الإلكترونية على الورقية ، ففي حين رأى ٥٨,٧٥% من المبحوثين وجود هذا التأثير ، رأى ٤١,٢٥% منهم أن الصحف الإلكترونية لا تؤثر في الوقت الراهن على الصحف الورقية ، ويرجع ذلك إلى حداثة ظاهرة الصحافة الإلكترونية في مصر نسبيا ، وعدم وضوح الرؤية بالقدر الكافي أمام المبحوثين .

خامسا : انتهت الدراسة إلى وجود العلاقة التكاملية بين الصحف الإلكترونية والورقية في المستقبل في تصورات أعضاء النخبة المصرية ، حيث ذكر غالبية المبحوثين أنه ليس بإمكان الصحف الإلكترونية إلغاء الصحف الورقية ، ويشهد على ذلك تاريخ وتطور وسائل الاتصال بشكل عام ، حيث لم تلغ وسيلة حديثة وسيلة قديمة ، بل دفعتها لاستحداث أساليب ووسائل جديدة لتقديم المضمون الإعلامي .

سادسا : كشفت الدراسة عن تصور النخبة المصرية لمستقبل تلعب فيه الصحافة الإلكترونية دورا هاما في مستقبل عملية الصحافة بشكل عام ، حيث رأى ٧٩,٢٥ % من عينة الدراسة أن الصحافة الإلكترونية والإنترنت ستكون عاملا مساعدا على أن تطور الصحف الورقية نفسها ، للحفاظ على مكتسباتها خلال العقود الماضية .

سابعا : انتهت الدراسة إلى أن النخبة المصرية ليس بإمكانها الآن تحديد أي من الصحافتين الإلكترونية والورقية ستكون أقدر على جذب الموارد الاقتصادية من الأخرى ، والمتمثلة أساسا في الموارد الإعلانية التي تسهم في عملية إنتاج الصحيفة وتحقيق الربح المادي لها .

خلاصة الفروض البحثية ما يلي :

ثبت صحة الفروض البحثية التالية :

- (١) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية وبين استخدام الصحف الإلكترونية .
- (٢) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مجال النخبة واستخدام الصحف الإلكترونية .
- (٣) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .
- (٤) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع النخبة ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .
- (٥) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية .
- (٦) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الفئة العمرية والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية .

- (٧) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المجال النخبوي والاتجاه نحو تأثير الصحف الإلكترونية في الصحف الورقية .
- (٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخبرة الزمنية للمبحوثين في استخدامهم للإنترنت واستخدام الصحف الإلكترونية .
- (٩) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير مرات الدخول للإنترنت في الأسبوع والتعرض للصحف الإلكترونية .
- (١٠) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الوقت المخصص لكل جلسة إنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية.
- (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض أعضاء النخب المصرية للصحف الإلكترونية ومستوى تعرضهم للصحف الورقية .

ثبت عدم صحة الفروض البحثية الآتية :

- (١) توجد فروق لها دلالتها الإحصائية بين متغير النوع واستخدام الصحف الإلكترونية
- (٢) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومستويات التفضيل بين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية .
- (٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مكان التعرض للإنترنت والتعرض للصحف الإلكترونية

نقاط بحثية أخرى تثيرها هذه الدراسة

على الرغم من الوفرة النسبية في الأبحاث والدراسات المتعلقة بالصحافة الإلكترونية أو الفورية بالقياس إلى الفترة الزمنية لظهور هذه الظاهرة الصحفية - وخاصة الدراسات الأجنبية - إلا أن واقع الأمر يشير إلى وجود جوانب كثيرة من هذه الظاهرة تحتاج إلى العديد من الدراسات والبحوث في محاور متعددة ، فضلا عن اختلاف المجتمعات المصرية والعربية والنامية عن المجتمعات الغربية ، الأمر الذي يصعب معه تعميم النتائج ، ولا يزال هذا الميدان ينقصه مثل تلك الأنواع من الدراسات :

- دراسات خاصة بمواقع الصحف الإلكترونية ذات الإصدار الورقي ، والأخرى الإلكترونية الخالصة التي لم تحظ بدراسات من قبل ، خاصة وأن هناك العديد من الصحف الإلكترونية التي استطاعت في فترة وجيزة أن تدخر لها رصيدا لا بأس به من جمهور مستخدمي الإنترنت .
- دراسات خاصة بالإمكانيات المتعددة في مواقع الصحف الإلكترونية ، غير المتاحة في الصحف التقليدية ، مع إمكانية عقد مقارنات بين مواقع الصحف المتعددة لمعرفة أكثر الصحف استفادة من إمكانيات التكنولوجيا الاتصالية التي توفرها شبكة الإنترنت .
- دراسات خاصة بقياس أثر الصحف الإلكترونية وانتشارها على بيئة الممارسة الصحفية ، وعلى تطور أداء الصحف الورقية ، وحجم الاستفادة المتبادلة بين كل من الصحف الورقية والإلكترونية .
- دراسات خاصة بمقروئية الصحف الإلكترونية لدى قطاعات متعددة من الجمهور ، خاصة تلك القطاعات التي تشكل بدرجة كبيرة حدود مجتمع مستخدمي الصحف الإلكترونية كالشباب .

- دراسات خاصة بحدود المعايير والضوابط لظهور الصحف الإلكترونية - إن كانت هناك معايير لها - ودراسة المناخ الذي تعمل فيه الصحافة الإلكترونية كمناخ جديد يختلف عن المناخ المادي للصحف الورقية ، أو ما يعرف بالمناخ السبراني أو الافتراضي ، وبتعبير أدق دراسة المناخ الافتراضي الذي تصدر فيه الصحف الإلكترونية .
- دراسات خاصة بمدى ثقة المستخدمين في الصحف الإلكترونية ، والعوامل التي تؤدي إلى المصادقية في مواقع هذه الصحف لدى الجمهور المستخدم .
- دراسات أكثر تستشرف المستقبل في كل ما يتعلق بالصحف الإلكترونية ، وما يصاحبها من ظواهر إعلامية .

مراجع الدراسة

أولا : رسائل علمية :

(١) السيد محمد السيد عمر ، الدور السياسي للصفوة في صدر الإسلام ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٩١)

(٢) أمل السيد أحمد متولي دراز ، قارئية الصحف المصرية المتخصصة ، دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٢ م)

(٣) بسيوني إبراهيم حمادة ، دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات ، دراسة ميدانية على صانعي القرار في مصر ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩١)

(٤) ثروت زكي مكي ، النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي في مصر ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٨٣)

(٥) رحاب إبراهيم سليمان ، الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية في إطار مفهوم التنمية المتواصلة في مصر ، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور عام ١٩٩٨ م ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ١٩٩٩ م)

(٦) رضا عبد الواحد أمين ، اتجاهات الصحافة المصرية نحو ظاهرة العولمة .. دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية ، ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، ٢٠٠٢)

(٧) عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٥)

(٨) عبد الرحيم أحمد سليمان درويش ، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٧م)

(٩) كمال ربيع الحاج ، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشباعات المتحققة منها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٨م)

(١٠) ليلي حسين محمد السيد ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٣م)

(١١) مها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٤)

(١٢) ندى محيي الدين الساعي ، استخدام شبكات المعلومات وأثره على معدلات التعرض للتلفزيون ، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٩٧م)

(١٣) نرمين سيد حنفي ، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر ، دراسة مسحية مقارنة ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٣م)

(١٤) هبة أحمد شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠١م)

(١٥) هشام عطية عبد المقصود ، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينات ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ١٩٩٨م)

ثانيا : أبحاث و دراسات عربية :

(١٦) السيد بخيت ، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين ؟ بحث منشور ضمن كتاب بحوث في الصحافة المعاصرة (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠)

(١٧) أيمن منصور ندا ، الاختراق الثقافي عن طريق البث الوافد - دراسة مسحية لأدبيات الاختراق ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، نوفمبر ١٩٩٦)

(١٨) د. جابر محمد عبد الموجود ، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ ، (أكتوبر ٢٠٠٢م)

(١٩) د.جمال عبد العظيم محمد ، تعامل القائمين بالاتصال في الصحف المصرية مع الإنترنت دراسة ميدانية على صحيفتي الأهرام والوفد في إطار نموذج جودة الخدمة، مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا ، أكاديمية أخبار اليوم (القاهرة : أبريل ٢٠٠٣ م)

(٢٠) جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة :المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، العدد ١١٤ ،يناير - مارس ٢٠٠٤)

(٢١) د. جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ٢٠ (القاهرة : ٢٠٠٢)

(٢٢) حسن حامد ، الاختراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير ١٩٩٦)

(٢٣) د. حسن عماد مكاي ، استخدامات التلفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد الثامن (أغسطس - أكتوبر ٢٠٠٠ م)

(٢٤) حمزة بيت المال ، تصفح الصحف على شبكة الإنترنت في المملكة العربية السعودية ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)

(٢٥) د. حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، مجلة البحوث الإعلامية ، كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد ١٨ (أكتوبر ٢٠٠٢)

(٢٦) د. سعيد الغريب ، الصحيفة الإلكترونية والورقية : دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١)

(٢٧) د. سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١)

(٢٨) د. سوزان يوسف القليني ، مدى اعتماد الصفوة ايمصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (دراسة حالة على حادث الأقصر) ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد الرابع ، ديسمبر (١٩٩٨م)

(٢٩) د. شاهيناز بسيوني ، العوامل المؤثرة في ثراء المضمون المعلوماتي بموقع الهيئة العامة للاستعلامات على شبكة الإنترنت ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ٢٠ ، أبريل ١٩٩٨)

- (٣٠) د. شاهيناز بسيوني ، علاقة الجمهور المصري بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيري ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ١٦ ، أكتوبر ١٩٩٩ م)
- (٣١) عادل عبد الرازق ضيف ، رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج ، المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام " الإعلام وصورة العرب والمسلمين " (٢٠٠٢)
- (٣٢) د. عبد الجواد سعيد ربيع ، الفن الصحفي في النسخ الصحفية المطبوعة والإلكترونية ، دراسة تحليلية مقارنة على صحف الأهرام الصباحية ، الحياة اللندنية ، نيويورك تايمز ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣ م)
- (٣٣) عبد العزيز التميمي ، النخبة المغاربية والتغيير ، مجلة أقلام ، العدد التاسع ، السنة الثانية (أكتوبر ٢٠٠٣)
- (٣٤) عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر ، إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت ، دراسة تقويمية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم عن الصحافة العربية وتحديات المستقبل (القاهرة : ٨ ، ٩ مايو ٢٠٠٢)
- (٣٥) د. فايز الشهري ، واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الإنترنت دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الإلكترونية ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)
- (٣٦) د. فهد العسكر ، ود. فايز الشهري ، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، ٨-٩ أبريل ٢٠٠٣ م)

- (٣٧) د.فهد بن عبد العزيز العسكر ود.عبد الله الحمود ، اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاههم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي ، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل " المنتدى الإعلامي الأول " ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال (مارس ٢٠٠٣م)
- (٣٨) د.محمد سعد إبراهيم ، استخدامات الصحافة المصرية لشبكة الإنترنت وانعكاسها على الأداء الصحفي ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ١٩٩٩م)
- (٣٩) د.محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل ٢٠٠٣م)
- (٤٠) محمد عثمان العربي ، الإنترنت : الاستخدامات والانتشار في السعودية ، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط :جامعة السلطان قابوس ، ٢٠٠٢م)
- (٤١) د. مها محمد كامل الطرابيشي ، الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت ، دراسة تحليلية وصفية لموقع عقيدتي ، بحث منشور بمجلة كلية الآداب (جامعة حلوان : كلية الآداب ، العدد السابع ، يناير ٢٠٠٠م)
- (٤٢) د. مها محمد كامل الطرابيشي ، انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي ، دراسة تجريبية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ٢٠٠١م)
- (٤٣) د. نجوى عبد السلام فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت ، بحث منشور في مجلة بحوث الرأي العام (ديسمبر ٢٠٠١م)

- (٤٤) د. نجوى عبد السلام فهمي ، تجربة الصحافة المصرية والعربية : الواقع وآفاق المستقبل ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد ٤ ، ١٩٩٩م)
- (٤٥) د. نوال عبد العزيز الصفتي ، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية ، دراسة ميدانية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي السابع (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مايو ٢٠٠١م)
- (٤٦) هشام جعفر ، الصحافة الإلكترونية في مصر الواقع والتحديات ، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة ، العدد ١١٤ ، يناير - مارس ٢٠٠٤)

رابعا : كتب عربية :

- (٤٧) د. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بال جماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٩)
- (٤٨) د. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦)
- (٤٩) أبو نعيم الأصفهاني ، حلية الأولياء وطبقات الأصفياء (القاهرة : مكتبة الخانجي ، د. ت)
- (٥٠) أحمد زايد ، البناء السياسي في الريف المصري ، تحليل لجماعات الصفوة القديمة والجديدة (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨١م)
- (٥١) إسماعيل على سعد ، مقدمة في علم الاجتماع السياسي (الإسكندرية : دار المعارف الجامعية ، ١٩٨٧م)
- (٥٢) السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠)
- (٥٣) بسيوني إبراهيم حمادة ، دور وسائل الاتصال المصرية في صنع القرار (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٣م)

- (٥٤) د.جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥م)
- (٥٥) د. حسني محمد نصر ، الإنترنت والإعلام .. الصحافة الإلكترونية (العين : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣م)
- (٥٦) د.حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩١م)
- (٥٧) د.سمير حسين ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٦)
- (٥٨) سهير بركات ، الإذاعة الدولية ، دراسة مقارنة لنظمها وفلسفتها (القاهرة : الطوبجي للطباعة والنشر ، ١٩٧٨)
- (٥٩) د. شاهيناز محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية : دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ط٢ ، ١٩٨٦)
- (٦٠) د. صلاح عبد اللطيف ، الصحافة المتخصصة (القاهرة : دار القومية العربية للثقافة والنشر ، ١٩٩٧)
- (٦١) عاطف فؤاد ، الصفوة المصرية ، قضاياها وانتماءاتها (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٨٥)
- (٦٢) عبد الحميد بسيوني ، التعليم والدراسة على الإنترنت (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠١)
- (٦٣) د. عبد الفتاح عبد النبي ، التناول الإعلامي لجرائم النخبة (القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ١٩٩١)
- (٦٤) د. عبد الفتاح عبد النبي ، المؤثرون ، دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٩٥م)
- (٦٥) د.عبد الهادي الجوهري ، معجم علم الاجتماع (القاهرة : مطبعة جامعة القاهرة ك ١٩٨٠)

- (٦٦) د.فاروق أبو زيد ، أزمة الديمقراطية في الصحافة المصرية (القاهرة : مكتبة مدبولي ، ١٩٨٦)
- (٦٧) د. محمد الوفائي ، محاضرات في سيكولوجية الإعلام ، مذكرات غير منشورة (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٤-١٩٩٥م)
- (٦٨) د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧م)
- (٦٩) د. محمد عبد السميع عثمان ، أسس علم الاجتماع المفاهيم والقضايا (القاهرة ك.د.ن.، د. ت.)
- (٧٠) د.محمود خليل ، الصحافة الإلكترونية ، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٧)
- (٧١) د.محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات (القاهرة : د.ن.، ٢٠٠٠)
- (٧٢) د. محمود علم الدين ، محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، ١٩٩٧م)
- (٧٣) مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٩٤ ، أكتوبر ١٩٨٥)
- (٧٤) د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٣)
- (٧٥) يوسف الأقصري ، الشخصية المؤثرة ، كيف تصبح مؤثرا في الآخرين (القاهرة : دار اللطائف للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١)

خامسا : كتب مترجمة :

- (٧٦) بوتومور ، الصفوة والمجتمع ، دراسة في علم الاجتماع السياسي ،
ترجمة محمد الجوهري (القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٨م)
(٧٧) بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام رضوان
(الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٢٣١ ، ذو القعدة ١٤١٨ ، مارس ١٩٩٨)

سادسا : كتب أجنبية :

- (78) Bryant .Jennings and Susan Thompson , **Fundamentals of Media Effects**, (New York:Mc Grow-Hill Companies,2002)
(79) Dennis Mcquil and Seven Windhal , **Communication Models for The Study of Mass Communication** (England : Longman Press , 1984)2nd edition .
(80) D.Croteau & W.Hoynes , **Media Society : Industries,Images and Audiences**.(Thousand Oaks,CA: Sage, 1997)
(81) Everett Rogers& Floyd Shoemaker , **Communication of Innovation : Agross-cultural Approach** , second Edition , (New York , The Free Press, 1971)
(82) G.D.Ganly ,**The Exploring Political Power Of Personal Media** , N J Norwood, Ablex Publishing Corp., 1992
(83) Gunter , Barrie ,**Media Research Methods,Measuring Audience,Reactions and Impact**(London :Sage Publications,2000)
(84) Philip Elliot, **Uses and Gratifications Research :Acritique and Asociological Alternative** ,in Jay Blumler and Elihu Katz (eds) **The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research**, (USA,Sage publications ,1974,3rd edition .

(85) Palmgren&Philip, **Uses And Gratification : Atheoretical Perspective, Communication Yearbook (8) , 1984**

ثامنا :دراسات أجنبية

(86) Austin S. Babrow, **Thoery and Method in: Researchon Aduience Motives Journal of Broadcasting and Elictronic Media ,vol.32No 4 fall1988**

(87) Brain L. Massy and Mark R.Levy(spring1999)**Interactivity Online Journalism and Mass Communication Quarterly,vol76.No.1**

(88) December, John, **Units of Analysis for Internet Communication ,Journal of Communication , (Winter 1996) vol46, No.1**

(89) El Gody, Ahmed(2000) **Egyptian Based Model for the Uses and Limitation of Online Journalism Application, Un published Ma , American University In Cairo , Department of Mass Communication studies**

(90) Fayez.Alshehri: **Electronic NewspaperOn The Internet: Astudy of theProduction and onsumptionof Arab Dailies on The World Wide Web , Thesis,of PHD ,Department of Journalism Studies , University of Shffield ,UK.2000**

(91) Harper,Christopher(Summer/fall,1996)**Online Newspaper : Going Some Where or Going Nowhere? , Newspaper Research Journal , Vol17,No.34**

(92) Kenny,Keith,Alexander Gorelik&Sam Mwangi(6-2000)
:available online "**Interactive Features of Online Newspaper**
at:[http:// firstmonday.org/Issues/hssue5-1/Kenny/Index.html](http://firstmonday.org/Issues/hssue5-1/Kenny/Index.html)

(93) Merrill Morris and Christine Ogan ,**The Internet as Mass**

(94) Neuberger /Christopher (1997) Online Thefutureof
available , Newspaper Germany s Dailies on the World Wide Web
online at : <http://Jcmc.huji.ac.il/vol4/issue1/00stendorp.htm/>

(95) Severin ,Tames W Tankard, Jr, Communication Theories :
Origins,Methods,Uses In The Mass
Media,3rd.edition,London(1992)

(96) Trevino,Lengel and Daft, Media Symbolism , Media
Richness and Media Choise in Organizations asymbolic
Interactionist Persepctive, Communications Research ,
vol14,No5 October1987

سابعا : صحف ودوريات :

(٩٧) أسامة الشريف رئيس تحرير شبكة أرابيا أون لاين ، ثورة الإنترنت
ومستقبل الصحف المطبوعة في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، لندن ،
بتاريخ ٢٠/١/٢٠٠١م

(٩٨) جمال زائدة ،موت الرقابة ، مقال بجريدة الأهرام المصرية ، العدد٢٥٢٤
،بتاريخ ١٦/١١/١٩٩٩

(٩٩) صلاح منتصر ، عمود مجرد رأي ، جريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/٧/٢٠٠٣م

(١٠٠) فايز بن عبد الله الشهري ، جريدة الرياض بتاريخ ٧/٩/٢٠٠٣م

(١٠١) محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال
منشور بجريدة الأهرام ، بتاريخ ٢٣/١١/١٩٩٨ .

(١٠٢) ماتييو أونيل ، الإنترنت وأقول الحياة الخاصة ، مجلة الدراسات الإعلامية
، العدد ٩٤ (يناير - مارس ١٩٩٩) :

ثامنا : مواقع على شبكة الإنترنت :

(103) <http://www.ahram.org.eg>

د. تيسير عبد الجبار الألوسي النخبة، الثقافة، التطور، العامة ومنطق العلاقات

(104) www.iraqcp.org الإنسانية

(105): <http://www.albadrani.net.in24/1/2004>

www.aawsat.com

(106) <http://www.emeraldinsight.com/0001-253x.htm>

(107) <http://www.balagh.com>

(108) www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm

(109) www.fayez.net

(110) <http://www.onlinenewspaper.com>

(111) <http://www.sahafa.com>

(112) NUA ,Internet How Many Online .available at

(113) <http://www.nua.ie/serveys/how-many-online/index.html>

(114) Hunter, Christopher, Uses and Gratification of the Worled Wide Web (available on line at :

<http://www.bc.edu/bc-org/avp/cas/comm/webuses.htm>.)

accesson 5/2/2005

(115) Ditton ,T. At The Heart of it all: The &¹ Lombard,M,

Concept of Presence ,Journal of ComputerMediated

:Communication ,1997, Available on line at

<http://jcmc-huji.ac.il/vol3/issue2/lombard.html>.accesson

5/2/2004

(116) www.alamonline.com

(117) Internet World Stats: Usage and Population Statistics(6-

2004)available on:

www.Internetworledstatts.com

محمد الحسيني ، أين النخبة التي تبني الحضارة (118)www.balagh.com .

(119)Lombard,M, &Ditton ,T.At The Heart of it all: The Concept of Presence ,Journal of ComputerMediated Communication ,1997, Available on line at :
<http://jcmc-huji.ac.il/vol3/issue2/lombard.html>.accesson
5/2/2004

أزمة النشر في العالم الثالث ، إحصاءات من موقع (120)www.darislam.com
Avaliable in 4/8/2004

(121)www.aawsat.com

(122)Popularity of Microsoft Internet Explorer Pushs Netscape to an all-time low-Market Report(February,2002) available
Online at www.statmarket.com

ملاحق الدراسة

استمارة الاستقصاء

جداول تفصيلية

قرار الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بالموافقة على إجراء الدراسة الميدانية

خطابات موجهة إلى أماكن إجراء البحث الميداني

نماذج للصحف الإلكترونية



جامعة الأزهر

كلية اللغة العربية بالقاهرة

قسم الصحافة والإعلام

شعبة الصحافة والنشر

صحيفة استقصاء عن

استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية

وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية

دراسة ميدانية

ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في الصحافة

إعداد الباحث / **رضا عبد الواحد أمين**

المدرس المساعد بقسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

إشراف

أ.د. سامي عبد العزيز الكومي

أستاذ الصحافة والإعلام
بجامعة الأزهر

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أستاذ الصحافة والإعلام
بجامعة الأزهر

بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

يقوم الباحث بإجراء دراسة عن :
استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية
وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية

وتستهدف هذه الدراسة :

قياس درجة تعرض النخب الإعلامية والأكاديمية والسياسية والدينية للصحافة
الإلكترونية ، والتعرف على دوافع تعرض النخبة للصحافة الإلكترونية ، ومدى
الاشباع المتحققة من وراء هذا الاستخدام ، ودراسة العلاقة بين التعرض
للصحف الإلكترونية وشكل العلاقة السابقة بالصحافة الورقية أو المطبوعة .
برجاء التعاون مع الباحث من خلال الإجابة عن التساؤلات الواردة في صحيفة
الاستبيان بشكل دقيق وشامل.

الباحث

رضا عبد الواحد أمين

مدرس مساعد بقسم الصحافة والإعلام

كلية اللغة العربية - جامعة الأزهر

السؤال الأول :

هل تدخل على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ؟

نعم () (انتقل للسؤال رقم ٣) لا ()

السؤال الثاني :

ما أسباب عدم استخدامك للإنترنت ؟

- (١) لأنني لا أملك جهاز كمبيوتر ()
 - (٢) لأنني لم أتعلّم مهارة استخدام الكمبيوتر ()
 - (٣) لأنها من وجهة نظري غير مفيدة بنسبة كبيرة ()
 - (٤) لأنها تقتل الوقت ()
 - (٥) لأنني أنتمي إلى جيل غير متمرس على التكنولوجيا الحديثة ()
 - (٦) لأن طبيعة عملي لا تتطلب تعلم الكمبيوتر والإنترنت . ()
 - (٧) أخرى تذكر
- (أشكره وأنهى المقابلة)

السؤال الثالث :

ما أسباب استخدامك للإنترنت ؟

- (١) لأنني أملك جهاز كمبيوتر ()
- (٢) لأنني أجيد مهارة استخدام الكمبيوتر ()
- (٣) لأنها من وجهة نظري مفيدة بنسبة كبيرة ()
- (٤) لأنني أنتمي إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة ()
- (٥) لأن طبيعة عملي تتطلب تعلم الكمبيوتر والإنترنت . ()
- (٦) أخرى تذكر

السؤال الرابع :

منذ متى وأنت تستخدم الإنترنت؟

- (١) أقل من ستة شهور ()
- (٢) من ٦ شهور إلى سنة ()
- (٣) من سنة إلى سنتين ()
- (٤) من سنتين إلى ثلاث سنوات ()
- (٥) من ثلاث سنوات إلى أربع سنوات ()
- (٦) أربع سنوات فأكثر ()

السؤال الخامس :

ما نظام تشغيلك الحالي ؟

- () (١) أنا لا أعرف
() (٢) ويندوز ٩٨ عربي
() (٣) ويندوز ٩٨ إنجليزي
() (٤) ويندوز x.p
() (٥) ويندوز ميلينيوم
() (٦) أخرى تذكر

السؤال السادس :

ما هو البرنامج المتصفح للإنترنت ؟

- () (١) أنا لا أعرف
() (٢) إنترنت اكسبلورر internet explorer عربي
() (٣) إنترنت اكسبلورر internet explorer إنجليزي
() (٤) نتسكاب netscape إنجليزي
() (٥) نتسكاب netscape مع سندباد
() (٦) أخرى تذكر

السؤال السابع :

ما أكثر محركات البحث التي تستخدمها على شبكة الإنترنت؟

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| () (١٠) hotbot | () (١) yahoo |
| () (١١) ابن بطوطة | () (٢) netscape |
| () (١٢) أخرى تذكر | () (٣) gogel |
| () (١٣) لا أستخدم محركات بحث | () (٤) looksmart |
| | () (٥) megallan |
| | () (٦) altavista |
| | () (٧) lycos |
| | () (٨) infoseek |
| | () (٩) search com |

السؤال الثامن :

كم مرة تدخل على الإنترنت؟

- (١) كل يوم ()
(٢) من ٤ إلى ٦ أيام في الأسبوع ()
(٣) من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع ()
(٤) مرة كل أسبوع ()
(٥) أقل من ذلك ()

السؤال التاسع :

ما الوقت المتوسط لكل جلسة إنترنت ؟

- (١) أقل من ٥ دقائق ()
(٢) من ٦ إلى ١٠ دقائق ()
(٣) من ١١ إلى ٣٠ دق ()
(٤) من ٣١ إلى ٦٠ دقيقة ()
(٥) من ساعة إلى ساعتين ()
(٦) من ساعتين إلى ٥ ساعات ()
(٧) أكثر من ٥ ساعات ()

السؤال العاشر :

أين تدخل على الإنترنت بشكل رئيس ؟

- (١) جهاز كمبيوتر في جهة العمل ()
(٢) جهاز كمبيوتر في المنزل ()
(٣) في أحد مقاهي الإنترنت ()
(٤) أخرى تذكر

السؤال الحادي عشر :

هل هناك أماكن أخرى تدخل على الإنترنت من خلالها ؟

- (١) لا يوجد ()
(٢) جهاز كمبيوتر في العمل ()
(٣) جهاز كمبيوتر في المنزل ()
(٤) أحد مقاهي الإنترنت ()
(٥) عند أحد أصدقائي ()
(٤) أخرى تذكر

السؤال الثاني عشر :

ما دوافع استخدامك لإنترنت بشكل رئيس ؟

- () (١) لمعرفة الأخبار المحلية والدولية
- () (٢) للمتعة والترفيه
- () (٣) أكتسب منها معارف ومهارات جديدة
- () (٤) لأن ظروف العمل تقتضي ذلك
- () (٥) للبحث عن فرص عمل جديدة
- () (٦) أخرى تذكر

السؤال الثالث عشر :

هل تقرأ الصحف الإلكترونية* على شبكة الإنترنت ؟

- () نعم " انتقل للسؤال رقم ١٥ "
- () لا

السؤال الرابع عشر :

ما أسباب عدم قراءتك للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت ؟

- () (١) لأنني لا أعرف مواقع هذه الصحف
 - () (٢) لأنني أقرأ الصحف المطبوعة على الورق
 - () (٣) لأنها لا تفيدني في مجال عملي
 - () (٤) لأنني أدخل مواقع محددة ليس منها الصحف الإلكترونية
 - () (٥) لأن هناك مواقع أفضل من مواقع الصحف الإلكترونية
 - () (٦) لأنها تكلفني الكثير من المال حتى أنتهي من قراءتها
 - () (٧) أخرى تذكر
- انتقل للسؤال رقم (٣٧)

* الصحافة الإلكترونية : هي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الإنترنت ، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة ، تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة .

السؤال الخامس عشر :

ما أسباب قراءة الصحف الإلكترونية ؟

- () (١) لأنني لا بد أن أساير تكنولوجيا العصر
- () (٢) لأنها تمثل لي بديلا سهلا للصحف التقليدية
- () (٣) لأنها تمدني بأحدث وأهم الأخبار بشكل فوري
- () (٤) لأنني أتمكن من قراءة الصحيفة قبل نزولها في الأسواق
- () (٥) لأنني لا أقرأ الصحف المطبوعة على الورق
- () (٦) لأنها تفيديني في مجال عملي
- () (٧) لأنها لا تكلفني الكثير من المال حتى أنتهي من قراءتها
- () (٨) أخرى تذكر

السؤال السادس عشر :

ما أكثر أنواع الصحف الإلكترونية تفضيلا لديك ؟

رتب درجة اهتمامك بأنواع الصحف الإلكترونية الآتية :

- () (١) الصحف الإلكترونية المصرية
- () (٢) الصحف الإلكترونية العربية
- () (٣) الصحف الإلكترونية الأجنبية

السؤال السابع عشر :

أي من الصحف المصرية التالية تقرؤها على شبكة الإنترنت :

الصحيفة	أقرأها بانتظام	أقرأها أحيانا	لا أقرأها	لا أعرف موقعها
الأهرام				
الأهرام المسائي				
الأهرام العربي				
السياسة الدولية				
الشباب				
نصف الدنيا				
الأهرام الاقتصادي				
أخبار اليوم				
الأخبار				
أخبار الحوادث				
أخبار الأدب				
أخبار الرياضة				
بلبل				
الجمهورية				
العلم				
السيارات				
المساء				
الشعب				
الوفد				
الأسبوع				
الأهالي				
مصر اليوم				
الموقف العربي				
أفاق عربية				
اللواء الاسلامي				
المنار				
أخرى تذكر				

السؤال الثامن عشر :

لماذا تفضل الصحف الإلكترونية المصرية ؟

الفئة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
لأنها تزودني بالمعلومات والأخبار الفورية					
لأنني تعودت على قراءة الصحف المصرية					
لأنني أبحث فيها عن الأخبار المحلية					
لأنها توفر لي ثمن الصحف الورقية					
لأنها غير متاحة في شكلها المطبوع					
لأنها تتيح لي قراءة الصحيفة قبل تواجدها بالأسواق					
أخرى تذكر					

السؤال التاسع عشر :

ما المضامين المفضلة لديك في الصحف الإلكترونية المصرية ؟

الفئة	أقرأها باستمرار	أقرأها أحيانا	لا أقرأها
الموضوعات والأخبار السياسية			
أخبار الاقتصاد و البورصة			
الموضوعات الثقافية والأدبية			
الموضوعات الرياضية			
الموضوعات الفنية			
الأخبار المحلية			
مقالات الكتاب وصفحات الرأي			
أخرى تذكر			

السؤال العشرون:

أي من الكتاب الذين تفضل القراءة لهم من خلال الصحف الإلكترونية المصرية ؟

- ١- ٢-
٣- ٤-
٥- ٦-

السؤال الحادي والعشرون :

هل شاركت في أي من الأشكال التفاعلية التالية في الصحف الإلكترونية المصرية ؟

الفئة	غالبا	أحيانا	لا أستخدمها
المشاركة في غرف الحوار chat room			
خدمة المراسل messenger			
البريد الإلكتروني e mail			
الاستفتاءات واستطلاعات الرأي			
القوائم البريدية			

- لا شيء من ذلك ()
- لا أستطيع التحديد ()

السؤال الثاني والعشرون:

ما مدى الرضا عن مستوى أداء الصحف الإلكترونية المصرية ؟

العبارة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
تلبى كافة احتياجاتي الصحفية					
تزودني بالأخبار والتحليلات التي أريدها					
أكتسب منها مهارات جديدة					
وسيلة جيدة من وسائل التسلية والإمتاع					

السؤال الثالث و العشرون :

هل تقرأ الصحف الإلكترونية العربية ؟ نعم () لا () " انتقل إلى السؤال ٣٧ "

السؤال الرابع والعشرون :

أي من الصحف الإلكترونية العربية التالية تقرأها على شبكة الإنترنت ؟

اسم الصحيفة	بلد الصدور	أقرأها بانتظام	أقرأها أحيانا	لا أقرأها	لا أعرف موقعها
الحياة-	لندن				
الشرق الأوسط	لندن				
صوت العروبة	الولايات المتحدة				
قضايا الديمقراطية	الولايات المتحدة				
الأندلس	أسبانيا				
الرياض	السعودية				
الجزيرة	السعودية				
الرأي العام	الكويت				
الشرق	قطر				
البيان	الامارات				
البحرين اليوم	البحرين				
عمان اليوم	عمان				
الأقصى	فلسطين				
الأيام	فلسطين				
الثورة	اليمن				
تشرين	سوريا				
النهار	لبنان				
الرأي	الأردن				
الرأي العام	السودان				
الخبر	الجزائر				
المحطة	ليبيا				
الحرية	تونس				
أخبار تونس	تونس				
مجلة العربي	الكويت				
بوابة العرب	الكويت				
أخرى تذكر					

السؤال الخامس والعشرون :

لماذا تفضل الصحف الإلكترونية العربية ؟

العبارة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
لأنها تزودني بأخبار الوطن العربي والعالم					
لأنها تفيديني في مجال عملي					
لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع					
لأنها غير متاحة في شكلها المطبوع					
لأن إمكاناتها الفنية أفضل من الصحف المصرية					
لأنها تستكتب كتابا عالميين					
لأنها تتمتع بدرجة من الحرية تفوق الصحف المحلية					
أخرى تذكر					

السؤال السادس والعشرون :

ما الموضوعات المفضلة لديك في الصحف الإلكترونية العربية ؟

الفئة	أقرأها بانتظام	أقرأها أحيانا	لا أقرأها
الموضوعات والأخبار السياسية			
الموضوعات الاقتصادية وأسعار البورصة			
الموضوعات الرياضية			
الموضوعات الثقافية والأدبية			
الموضوعات الفنية			
مقالات الكتاب وصفحات الرأي			
أخرى تذكر			

السؤال السابع والعشرون :

من هم الكتاب الذين تحرص على القراءة لهم في الصحف الإلكترونية العربية؟

- (١) (٢)
 (٣) (٤)
 (٥) (٦) لا أذكر ()

السؤال الثامن والعشرون :

هل شاركت في أي من الأشكال التفاعلية التالية في الصحف الإلكترونية العربية ؟

الفئة	غالباً	أحياناً	لا أستخدمها
المشاركة في غرف الحوار chat room			
خدمة المراسل messenger			
البريد الإلكتروني e mail			
الاستفتاءات واستطلاعات الرأي			
القوائم البريدية			
أخرى تذكر			

لا شيء من ذلك ()

السؤال التاسع والعشرون :

ما مدى الرضا عن مستوى أداء الصحافة الإلكترونية العربية ؟

الفئة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
تلبى كافة احتياجاتي الصحفية					
تزودني بالتحليلات والأخبار التي لا توجد بالصحف المحلية					
أكتسب منها مهارات جديدة					
وسيلة جيدة من وسائل التسلية والإمتاع					
أستفيد من الوظائف التي تعلن عنها					
أخرى تذكر					

السؤال الثالثون :

هل تقرأ الصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

نعم () لا () " انتقل إلى السؤال ٣٧ "

السؤال الحادي الثلاثون :

أي من الصحف الإلكترونية الأجنبية التالية تقرأها على الإنترنت ؟

الصحيفة	الدولة	أقرأها باستمرار	أقرأها أحيانا	لا أقرأها	لا أعرف موقعها
نيويورك تايمز the new york times	الولايات المتحدة				
واشنطن بوست the washington post	الولايات المتحدة				
وول استريت جورنال the wall street journal	الولايات المتحدة				
صنڊاي تايمز the Sunday times	بريطانيا				
فاينانشيال تايمز the financial times	بريطانيا				
التايمز the times	بريطانيا				
الجارديان the gurdian	بريطانيا				
لومند le monde	فرنسا				
لوفيجارو le figaro	فرنسا				
تايم time	الولايات المتحدة				
نيوزويك newweek	الولايات المتحدة				
ذي ريدارز دايجست the reader s digest	الولايات المتحدة				
ايكونومست the economist	بريطانيا				
باري ماتش parismatch	فرنسا				
لو اكسبريس le express	فرنسا				
البرافدا	روسيا				
الشعب	الصين				
أخرى تذكر					

السؤال الثاني و الثلاثون :

لماذا تفضل الصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

الفئة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
لأنها تزودني بأخبار العالم					
لأنها تفيدني في مجال عملي					
لأنها تلتزم بالدقة والموضوعية فيما تنشره					
لأن قراءتها على الكمبيوتر أرخص من شرائها بشكلها المطبوع					
لأنها غير متاحة في شكلها المطبوع					
لأنها تستكتب كتابا عالميين					
لأنني أحب أن أطلع على مضمون الإعلام الدولي					
أخرى تذكر					

السؤال الثالث والثلاثون :

ما الموضوعات المفضلة لديك في الصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

الفئة	أقرأها باستمرار	أقرأها أحيانا	لا أقرأها
الموضوعات والأخبار السياسية			
الموضوعات الاقتصادية وأخبار البورصة			
الموضوعات الثقافية والأدبية			
الموضوعات الرياضية			
الموضوعات الفنية			
موضوعات التسلية والترفيه			
مقالات الكتاب وصفحات الرأي			
أخرى تذكر			

السؤال الرابع والثلاثون :

من هم الكتاب الذين تحرص على القراءة لهم في الصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

- (١) لا أستطيع التحديد (٢)
 (٣) (٤)
 (٥) (٦)

السؤال الخامس و الثلاثون :

هل شاركت في أي من الأشكال التفاعلية التالية في الصحف الأجنبية ؟

الفئة	غالبًا	أحيانًا	لا أستخدمها
المشاركة في غرف الحوار chat room			
خدمة المراسل messenger			
البريد الإلكتروني e mail			
الاستفتاءات واستطلاعات الرأي			
القوائم البريدية			
أخرى تذكر			

لا شيء من ذلك ()

السؤال السادس والثلاثون :

ما تقييمك لمستوى أداء الصحف الإلكترونية الأجنبية ؟

الفئة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
تلبية كافة احتياجاتي الصحفية					
تزودني بالأخبار والمعلومات التي أريدها					
تعطيني صورة موضوعية وصادقة عن الأحداث الهامة					
أكتسب منها مهارات جديدة					
وسيلة جيدة من وسائل التسلية والترفيه					
أخرى تذكر					

السؤال السابع والثلاثون:

ما معدل قراءتك للصحف الورقية قبل استخدامك للصحف الإلكترونية ؟

- بانتظام ()
- أحيانا ()
- لا أقرأها ()

السؤال الثامن والثلاثون :

هل تغير معدل قراءتك للصحف الورقية بعد استخدام الإنترنت ؟

- أقرأ الصحف الورقية بانتظام ()
 - أحيانا ()
 - لا أقرأها ()
- انتقل للسؤال ٣٩

السؤال التاسع والثلاثون :

ما دوافع قراءتك للصحف المطبوعة ؟

- (١) لأنني تعودت قراءة وتصفح الصحف الورقية ولا أستطيع الاستغناء عنها ()
- (٢) لأنني أعد أرشيفا ورقيا لهذه الصحف أو بعض محتوياتها ()
- (٣) لأن جهة العمل توفرها لي ()
- (٤) لأن قراءتها أسهل وأفضل للعين من الصحف الإلكترونية ()
- (٥) لأنها تتيح لي قراءتها وحملها في وسائل النقل ()
- (٦) لأن بعض الأبواب لا تنشر إلا في الصحف الورقية ()
- (٧) أخرى تذكر

السؤال الأربعون :

ما أسباب عدم قراءتك للصحف الورقية ؟

- (١) لأن الصحف الإلكترونية أغنتني بالفعل عنها ()
- (٢) لأن الصحف الإلكترونية تتيح لي ميزات أفضل من الورقية ()
- (٣) لأنني لا بد أن أواكب التطور التكنولوجي ()
- (٤) لأنني كنت في الأصل مقلا في قراءة الصحف الورقية ()
- (٥) لأنني لا أريد أن أتحمل تكلفتين ()
- (٦) لم يعد لدي وقت أقضيه في قراءتها ()
- (٨) أخرى تذكر

السؤال الحادي و الأربعون :

في رأيك هل تؤثر الصحف الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية ؟

نعم () لا ()

السؤال الثاني والأربعون :

ما درجة تأثير الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية ؟

الفئة	موافق بشدة	موافق	غير موافق	غير موافق على الإطلاق	لا رأي لي
الصحف الإلكترونية قد تلغي الصحف الورقية					
الصحف الإلكترونية ستكون أكثر جذبا للقراء من الصحف الورقية					
الصحف الإلكترونية ستجذب المعلنين أكثر من الصحف الورقية					
الصحف الإلكترونية سيكون لها تأثير محدود على مستقبل الصحف الورقية					
الصحف الإلكترونية ستكون عاملا مساعدا على تطوير الصحف الورقية					
الصحف الإلكترونية لن يكون لها أي تأثير على مستقبل الصحف الورقية					
الصحف الورقية سيكون لها التميز على الصحف الإلكترونية					

بيانات شخصية :

نوع المبحوث: ذكر () أنثى ()

السن :

-أقل من ٣٠ سنة () - من ٣٠ : ٤٠ سنة ()

-من ٤٠ : ٥٠ سنة () - أكثر من ٥٠ سنة ()

نوع النخبة التي تنتمي إليها :

سياسية () إعلامية () أكاديمية () دينية ()

الوظيفة :

الاسم / (إذا رغبت)

خالص الشكر على تعاونكم

الباحث

ثانيا : الجداول التفصيلية

نمط الاستخدام الصحيفة	بانتظام		أحيانا		لا أقرأها		لا أعرف موقعها		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	١٢٩	%٥٦	٦٩	٣٠.١	٢٥	%١٠.٩	٦	%٢	٢٢٩	%١٠٠
الأهرام المسائي	١٢	%٥.٢	٥١	%٢٢.٣	١٠٢	%٤٤.٥	٦٤	%٢٨	٢٢٩	%١٠٠
الأهرام العربي	١٢	%٥.٢	٢٤	%١٠.٥	١١٩	%٥٢	٧٤	%٣٢.٣	٢٢٩	%١٠٠
السياسة الدولية	٣٠	%١٣.١	٣٩	%١٧	٧٩	%٣٤.٥	٨١	%٣٥.٤	٢٢٩	%١٠٠
الشباب	١٩	%٨.٣	٣٦	%١٥.٧	١٣٦	%٥٩.٤	٣٨	%١٦.٦	٢٢٩	%١٠٠
نصف الدنيا	٢١	%٩.٢	١٢	%٥.٢	١٧٩	%٧٨.٢	١٧	%٧.٤	٢٢٩	%١٠٠
الأهرام الاقتصادي	٢٧	%١١.٨	٣٩	%١٧	١٣٩	%٦٠.٧	٢٤	%١٠.٥	٢٢٩	%١٠٠
أخبار اليوم	١٠٧	%٤٦.٧	٣٨	%١٦.٦	٥٦	%٢٤.٥	٢٨	%١٢.٢	٢٢٩	%١٠٠
الأخبار	١٢٩	%٥٢.٨	٣٢	%١٤	٦٤	%٢٨	١٢	%٥.٢	٢٢٩	%١٠٠
أخبار الحوادث	٥٩	%٢٥.٨	٣١	%١٣.٥	٩٨	%٤٢.٨	٤١	%١٧.٩	٢٢٩	%١٠٠
أخبار الأدب	٦٨	%٢٩.٧	٢١	%٩.٢	٨٨	%٣٨.٤	٥٢	%٢٢.٧	٢٢٩	%١٠٠
أخبار الرياضة	٥١	%٢٢.٣	٣٠	%١٣.١	١١١	%٤٨.٥	٣٧	%١٦.١	٢٢٩	%١٠٠
بلبل	٤٨	%٢١	٦	%٢.٦	١٣٧	%٥٩.٨	٣٨	%١٦.٦	٢٢٩	%١٠٠
الجمهورية	٨٧	%٣٨	٨٧	%٣٨	٤٣	%١٨.٨	١٢	%٥.٢	٢٢٩	%١٠٠
العلم	٣٦	%١٥.٧	١٨	%٧.٩	٧٣	%٣١.٩	١٠٢	%٤٤.٥	٢٢٩	%١٠٠
السيارات	٤٨	%٢١	١٥	%٦.٦	٦٧	%٢٩.٢	٩٩	%٤٣.٢	٢٢٩	%١٠٠
للمساء	٥٨	%٢٥.٣	٣٣	%١٤.٤	٧٧	%٣٣.٣	٦١	%٢٧	٢٢٩	%١٠٠
الوفد	٧٨	%٣٤	٦٠	%٢٦	٦٨	%٣٠	٢٣	%١٠	٢٢٩	%١٠٠
الأسبوع	٨٤	%٣٦.٧	٤٦	%٢٠.١	٥٥	%٢٤	٤٤	%١٩.٢	٢٢٩	%١٠٠
الأهالي	٦٦	%٢٨.٨	٣٢	%١٤	٩٦	%٤١.٩	٣٥	%١٥.٣	٢٢٩	%١٠٠
مصر اليوم	٤٥	%١٩.٧	٩	%٤	٩٥	%٤١.٥	٨٠	%٣٤.٨	٢٢٩	%١٠٠
الموقف العربي	٣٩	%١٧	١٨	%٧.٩	٦٣	%٢٧.٥	١٠٩	%٤٧.٦	٢٢٩	%١٠٠
آفاق عربية	٨٣	%٣٦.٢	١٥	%٦.٦	٨٨	%٣٨.٤	٤٣	%١٨.٧	٢٢٩	%١٠٠
النواء الإسلامي	٥٨	%٢٥.٣	١٨	%٧.٩	١٠٠	%٤٣.٧	٥٣	%٢٣.١	٢٢٩	%١٠٠
المنار	٥٤	%٢٣.٦	٦	%٢.٦	٦٥	%٢٨.٤	١٠٤	%٤٥.٤	٢٢٩	%١٠٠
أخرى	١٧	%٧.٤	١٨	%٧.٩	-	-	-	-	٣٥	%١٥

جدول رقم (٥٨) أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية

نمط الاستخدام		بانتظام		أحيانا		لا أقرأها		لا أعرف موقعها		الإجمالي	
الصحيفة	نمط الاستخدام	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الحياة	٦٠	%٣٠,٥	٧٧	%٣٩,١	٣٧	%١٨,٨	٢٣	%١١,٦	١٩٧	%١٠٠	
الشرق الأوسط	٧٤	%٣٧,٦	٩٥	%٤٨,٢	٩	%٤,٦	١٩	%٩,٦	١٩٧	%١٠٠	
صوت العرب	٥	%٢,٦	١٧	%٨,٦	٤٢	%٢١,٣	١٣٣	%٦٧,٥	١٩٧	%١٠٠	
قضايا الديمقراطية	٨	%٤,١	٢٢	%١١,٢	٥٥	%٢٧,٩	١١٢	%٥٦,٨	١٩٧	%١٠٠	
الأندلس	٦	%٣	١٣	%٦,٦	٣٧	%١٨,٨	١٤١	%٧١,٦	١٩٧	%١٠٠	
الرياض	٢٣	%١١,٧	٣٦	%١٨,٣	٦٨	%٣٤,٥	٧٠	%٣٥,٥	١٩٧	%١٠٠	
الجزيرة	٥٩	%٢٩,٩	٧٢	%٣٦,٥	٣٠	%١٥,٣	٣٦	%١٨,٣	١٩٧	%١٠٠	
الرأي العام	٣٧	%١٨,٨	٤٦	%٢٣,٤	٧٢	%٣٦,٥	٤٢	%٢١,٣	١٩٧	%١٠٠	
الشرق	٤٠	%٢٠,٣	٦٨	%٣٤,٥	٥٠	%٢٥,٤	٣٩	%١٩,٨	١٩٧	%١٠٠	
البيان	٣٨	%١٩,٣	٣٦	%١٨,٣	٥٨	%٢٩,٤	٦٥	%٣٣	١٩٧	%١٠٠	
البحرين اليوم	٢٠	%١٠,٢	٢٤	%١٢,٢	٧٥	%٣٨,١	٧٨	%٣٩,٥	١٩٧	%١٠٠	
عمان ليوم	١٦	%٨,١	١٥	%٧,٦	٥٣	%٢٦,٩	١١٣	%٥٧,٤	١٩٧	%١٠٠	
الأقصى	٣٤	%١٧,٣	٥٣	%٢٦,٩	٦٦	%٣٣,٥	٤٤	%٢٢,٣	١٩٧	%١٠٠	
الأيام	٤٧	%٢٣,٩	٤٣	%٢١,٨	٥٥	%٢٧,٩	٥٢	%٢٦,٤	١٩٧	%١٠٠	
الثورة	٢٠	%١٠,٢	١٨	%٩,١	٨٦	%٤٣,٧	٧٣	%٣٧	١٩٧	%١٠٠	
تشرين	٣٩	%١٩,٨	٥٢	%٢٦,٤	٤٧	%٢٣,٩	٥٩	%٢٩,٩	١٩٧	%١٠٠	
النهضة	٥٧	%٢٨,٩	٣٣	%١٦,٨	٨٧	%٤٤,٢	٢٠	%١٠,١	١٩٧	%١٠٠	
الرأي	٢٣	%١١,٧	٤٠	%٢٠,٣	٦٥	%٣٣	٦٩	%٣٥	١٩٧	%١٠٠	
الرأي العام	١٧	%٨,٦	١٩	%٩,٦	٦٨	%٣٤,٥	٩٣	%٤٧,٢	١٩٧	%١٠٠	
الخبر	٧	%٣,٦	١٣	%٦,٦	٥٥	%٢٧,٩	١٢٢	%٦١,٩	١٩٧	%١٠٠	
المحطة	-	-	١٥	%٧,٦	٦٠	%٣٠,٥	١٢٢	%٦١,٩	١٩٧	%١٠٠	
الحرية	٤	%٢	٢١	%١٠,٧	٦٩	%٣٥	١٠٣	%٥٢,٣	١٩٧	%١٠٠	
أخبار تونس	-	-	٩	%٤,٦	٨٥	%٤٣,١	١٠٣	%٥٢,٣	١٩٧	%١٠٠	
العربي	٣٠	%١٥,٢	٤٧	%٢٣,٩	٩٠	%٤٥,٧	٣٠	%١٥,٢	١٩٧	%١٠٠	
بوابة العرب	٤٦	%٢٣,٤	٦٧	%٣٤	٥١	%٢٥,٩	٣٣	%١٦,٧	١٩٧	%١٠٠	
أخرى	٣٢	%١٦,٢	١٥	%٧,٦	-	-	-	-	١٩٧	%١٠٠	

جدول رقم (٥٩) أنماط استخدام النخبة للصحافة الإلكترونية



جمهورية مصر العربية
الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء

قرار رئيس الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء
بالتفويض

رقم (٧٧٢) لسنة ٢٠٠٤

في شأن قيام الباحث/رضا عبد الواحد أمين يوسف - المدرس المساعد بقسم الصحافة والأعلام بكلية اللغة العربية بالقاهرة - جامعة الأزهر - بإجراء دراسة ميدانية في موضوع استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية

رئيس قطاع الأمانة العامة

- بعد الاطلاع على القرار الجمهوري رقم ٢٩١٥ لسنة ١٩٦٤ في شأن إنشاء وتنظيم الجهاز
- وعلى قرار رئيس الجهاز رقم (٢٣١) لسنة ١٩٦٨ في شأن اجراء الاحصاءات والتعدادات والاستفتاءات والاستقصاءات .
- وعلى موافقة السيد / رئيس الجهاز بتاريخ ١٩٩٨/٧/٧ في شأن تفويض السيد / رئيس قطاع الأمانة العامة في اعتماد القرارات الخاصة بأمن المعلومات .
- وعلى كتاب كلية اللغة العربية بالقاهرة جامعة الأزهر المؤرخ في ٢٥/٧/٢٠٠٤ ومرفقاته

قـــــــــــــــــرر

- مادة ١: يقوم الباحث / رضا عبد الواحد أمين يوسف - المدرس المساعد بقسم الصحافة والأعلام بكلية اللغة العربية بالقاهرة جامعة الأزهر بإجراء الدراسة الميدانية المشار إليها بعلية
- مادة ٢: تجرى هذه الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من النخبة الأكاديمية (أساتذة الجامعات) والإعلامية والسياسية والدينية وحجمها (٤٠٠) أربعمائة مفردة موزعة كالتالي :
- (١٠٠) مفردة أستاذ جامعي / (١٠٠) ممارس سياسي / (١٠٠) صحفي وإعلامي / (١٠٠) قائد ديني وبشرط موافقة مفردات العينة وكذا موافقة الجهات التي يتبعها مفردات العينة - مع مراعاة إن البيانات الفردية سرية بحكم القانون وعدم استخدام البيانات التي يتم جمعها إلا لأغراض هذه الدراسة الميدانية فقط
- مادة ٣: تجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة الميدانية طبقا للاستمارة المعدة لهذا الغرض والمعتمدة من الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء وعدد صفحاتها (١٩) تسع عشر صفحة وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ صدور هذا القرار
- مادة ٤: لا يتم البدء في تنفيذ إجراءات هذه الدراسة الميدانية ميدانيا إلا بعد صدور هذا القرار
- مادة ٥: يوافي الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء فوراً بنسختين من النتائج الأولية لهذه الدراسة الميدانية ثم يوافي بنسختين من النتائج النهائية لهذه الدراسة الميدانية كاملة فور الانتهاء من إعدادها .
- مادة ٦: ينفذ هذا القرار من تاريخ صدوره

صدر في : ٨ / ٧ / ٢٠٠٤

سامي حسن فياض



٨ / ٧ / ٢٠٠٤



جمهورية مصر العربية
الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء

الموضوع :
:
:

الفيد :
التاريخ :
المرفات :

السيد أ.د / عميد كلية اللغة العربية بالقاهرة - جامعة الأزهر

تحية طيبة وبعد،،،

بالإشارة لكتاب سيادتكم المؤرخ ٢٥/٧/٢٠٠٤ بشأن طلب الموافقة على قيام الباحث
رضا عبد الواحد أمين يوسف - المدرس المساعد بقسم الصحافة والاعلام بالكلية - باجراء دراسة
ميدانية - للحصول على درجة الدكتوراه في الصحافة بعنوان " استخدامات النخب المصرية للصحافة
الالكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية " وفقا للاطار المعد لهذا الغرض
رجاء التكرم بالاحاطة بأن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء ليس لديه مانع من اجراء
الدراسة الميدانية المشار اليها بعاله ومرفق قرار السيد / رئيس الجهاز بالتفويض رقم (٧٧٧) لسنة
٢٠٠٤ اللازم في هذا الشأن على ان يوافي الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء فورا بنسختين
من النتائج الاولى لهذه الدراسة الميدانية ثم يوافي بنسختين من النتائج النهائية لهذه الدراسة الميدانية
كاملة فور الانتهاء من اعدادها وفقا للمادة رقم (٥) من القرار .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،
فؤاد زكي عبد القوي
مدير عام الادارة العامة للأمن



(ف) .



السيد الأستاذ / أحمد إيهاب (الشيخ) (الشيخ)

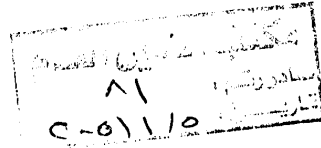
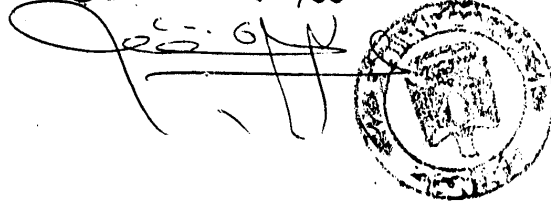
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

قادم إليكم السيد رضا عبد الواحد أمين المدرس المساعد بقسم الصحافة والإعلام بالكلية لإجراء بحث ميداني عن استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية ، وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة ، برجاؤ تمكينه من إجراء الدراسة ، وتوزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين في مؤسستكم الموقرة خدمة للأهداف العلمية والبحثية ، شاكرين لكم حسن تعاونكم ، وإيمانكم بأهمية البحث العلمي في مسيرة التنمية

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

عميد الكلية

الأستاذ الدكتور / عبد الله الحسيني هلال





السيد الأستاذ / ~~سيد عبد الواجد أمين~~

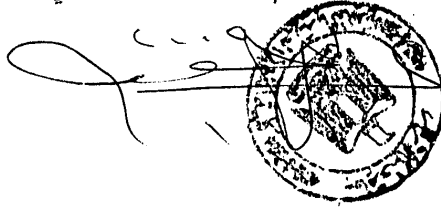
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

قادم إليكم السيد رضا عبد الواجد أمين المدرس المساعد بقسم الصحافة والإعلام بالكلية لإجراء بحث ميداني عن استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية ، وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة ، برجاؤ تمكينه من إجراء الدراسة ، وتوزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين في مؤسستكم الموقرة خدمة للأهداف العلمية والبحثية ، شاكرين لكم حسن تعاونكم ، وإيمانكم بأهمية البحث العلمي في مسيرة التنمية

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته .

عميد الكلية

الأستاذ الدكتور/ عبد الله الحسيني هلال





السيد الأستاذ / ~~سيد عبد الواجد أمين~~ المستشار

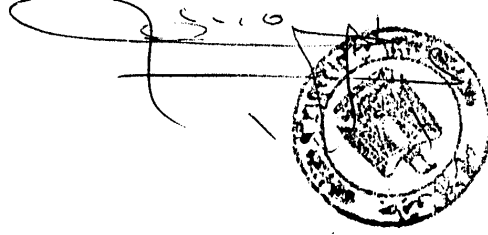
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

قادم إليكم السيد رضا عبد الواجد أمين المدرس المساعد بقسم الصحافة والإعلام بالكلية لإجراء بحث ميداني عن استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية ، وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة ، برجاؤ تمكينه من إجراء الدراسة ، وتوزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين في مؤسساتكم الموقرة خدمة للأهداف العلمية والبحثية ، شاكرين لكم حسن تعاونكم ، وإيمانكم بأهمية البحث العلمي في مسيرة التنمية

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

عميد الكلية

الأستاذ الدكتور / عبد الله الحسيني هلال





السيد الأستاذ / رئيس المجلس الأعلى للدراسات والبحوث

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

قادم إليكم السيد رضا عبد الواحد أمين المدرس المساعد بقسم الصحافة والإعلام بالكلية لإجراء بحث ميداني عن استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية ، وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة ، برجاؤكم تمكينه من إجراء الدراسة ، وتوزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين في مؤسستكم الموقرة خدمة للأهداف العلمية والبحثية ، شاكرين لكم حسن تعاونكم ، وإيمانكم بأهمية البحث العلمي في مسيرة التنمية

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

عميد الكلية

الأستاذ الدكتور / عبد الله الحسيني هلال

٢٠١٥

مؤتمر قومي في نهاية مايو المقبل لوضع استراتيجية تطوير البحث العلمي
خلال اجتماع استمر ٣ ساعات بمشاركة نظيف و ٨ وزراء:
مبارك يكلف الحكومة بالإعداد للمؤتمر لإقرار خطة التطوير
.. ويدعو إلي دفع البحث العلمي في كل المؤسسات مع دور أكبر للقطاع
الخاص

المخصصات المالية للبحث العلمي
أقل من ١% ولا تزال قاصرة عن تحقيق تطوير حقيقي
مهمة البحث العلمي إيجاد حلول عملية وواقعية لمشكلات المجتمع



خلال اجتماع مهم حول سياسات وآفاق البحث
العلمي في مصر، أكد الرئيس حسني مبارك أمس
أهمية تطوير منظومة البحث العلمي في جميع
مؤسسات الدولة، باعتبارها مستقبل مصر
وشبابها. وكلف رئيس مجلس الوزراء بالتنسيق
بين الوزارات، والأجهزة العلمية، ولجنتي التعليم
والبحث العلمي بمجلسي الشعب والشورى،
لاستكمال وضع خطة تمثل الاستراتيجية القومية
لتطوير البحث العلمي، لكي تطرح للنقاش، ويتم إقرارها في مؤتمر قومي ينتظر أن يعقد
في ٢٨ أو ٢٩ مايو المقبل، كما شدد الرئيس بشكل خاص على ضرورة إقامة علاقة تعاون
عضوي وثيق بين البحث العلمي والقطاع الخاص، باعتباره المستفيد الأول من البحث
العلمي.

القوات السورية تنهي الانسحاب إلى شرق لبنان آخر مارس
لجنة عسكرية لبنانية - سورية مشتركة
ستحدد مدة بقاء القوات وعلاقتها بالسلطة اللبنانية

أعلن الرئيس السوري بشار الأسد، واللبناني إميل لحود أن القوات السورية ستنتهي
انسحابها إلى شرق لبنان بنهاية شهر مارس الحالي. وقال - في بيان صدر في دمشق،
عقب اجتماع المجلس الأعلى السوري - اللبناني - إنه سيتم تكليف اللجنة العسكرية العليا
المشتركة، خلال مدة أقصاها شهر من تاريخ سحب القوات السورية إلى سهل البقاع
الغربي، بوضع اتفاق يتم بموجبه تحديد حجم ومدة وجود القوات السورية، وأماكن هذه
القوات، وتحديد علاقة هذه القوات مع سلطات الدولة اللبنانية. وأكد البيان التزام البلدين
باتفاق الطائف وآلياته، وقرارات مجلس الأمن، ومنها القرار رقم ١٥٥٩ مع تنفيذه بعيدا
عن الانتقائية.

أبومازن يبحث مع موفاز خلال ساعات
إجراءات تنفيذ تفاهات شرم الشيخ

أعلنت مصادر فلسطينية أن الرئيس الفلسطيني محمود عباس أبومازن، واللواء نصر
يوسف وزير الداخلية الفلسطينية، سوف يلتقيان مع شاول موفاز وزير الدفاع
الإسرائيلي خلال ساعات لبحث تنفيذ التفاهات التي اتفق عليها الفلسطينيون
والإسرائيليون في قمة شرم الشيخ، وفي مقدمتها الإفراج عن الأسرى، وانسحاب
إسرائيل من خمس مدن فلسطينية في الضفة الغربية، وتسلم الفلسطينيين المسنولية

قضايا و آراء

الثلاثاء 27 من محرم ١٤٢٦ هـ 8 مارس 2005 السنة ١٢٩-العدد 43191

كي يقام العرس الديمقراطي حقاً
بقلم : فهمي هويدي



بحسب للرئيس مبارك لارباب أنه باقتراحه تغيير طريقة انتخاب رئيس الجمهورية في الدستور، أعاد إلى بؤرة الضوء ملف الإصلاح السياسي الذي ظن كثيرون أنه مرحل إلى أجل غير مسمى، وكان من شأن تلك المفاجأة أن شهية كثيرين انفتحت لمناقشة قضية الإصلاح من مختلف جوانبها، الأمر الذي يشجعي علي إبداء عدة ملاحظات حول المناقشات الجارية.

(١) عندي أربع ملاحظات من حيث الشكل هي:
* أن ثمة مبالغة مفرطة من جانب وسائل الإعلام في تصوير ما يجري، وتلك ملاحظة أبدتها عدد من الكتاب المصريين المحترمين، الذين استغربوا حملة التهليل التي استقبلت الاقتراح، حتى ساوت بينه وبين جلاء الانجليز عن مصر وتأميم قناة السويس وإقامة السد العالي، وكان ذلك مسيئاً إلى فكرة جيدة بحد ذاتها اقترحت تعديلاً لم تعرف أبعاده.

* أن جهات عدة وأفراداً كثيراً ممن كانوا قد عارضوا فكرة تعديل الدستور، ودعوا إلى عدم المساس به بحسبان ذلك من دواعي الاستقرار، وجدناهم فجأة في مقدمة المهلين للتعديل الذي تم اقتراحه، وامتدحه أحدهم قائل إن من شأن الأخذ به أن يجعل الدستور المصري أكثر اكتمالاً واشتمالاً علي أفضل ما في دساتير الشرق والغرب، الأمر الذي يرشح أنه لأن يدرس في كليات الحقوق ومعاهد القانون!

* أن إدخال التغيير المقترح في صلب الدستور يمر بالعديد من الإجراءات القانونية التي تستغرق ما بين شهرين وثلاثة أشهر علماً بأن بيننا وبين الموعد المقرر لفتح باب الترشيح لرئاسة الجمهورية ستة أشهر (حسب نص الدستور فإن ذلك ينبغي أن يتم قبل ستين يوماً من فترة الرئاسة الحالية، التي تنتهي في ٥ أكتوبر، أي أن باب الترشيح يجب أن يفتح في الخامس من شهر أغسطس القادم)، الذي هو شهر الاجازات والعطلات ذلك يعني أن من يريد أن يرشح نفسه للرئاسة من داخل الأحزاب أو خارجها لن تكون أمامه سوى ثلاثة أو أربعة أشهر لتقديم نفسه وبرنامج إلى الرأي العام المصري، وتلك فترة لا يتيح لأي مرشح سوى أن يتواصل مع محيطه الصغير خصوصاً في ظروف الجذب السياسي الذي نعيشه، الأمر الذي يعني أيضاً أن المنافسة غير واردة من أي باب، وترتيباً على ذلك فإن أعمال النص والإفادة منه ستتوافر فرصته الحقيقية في انتخابات الرئاسة اللاحقة التي تجري في عام ٢٠١١ وليس في الانتخابات التي نقبل عليها في الخريف القادم.

* أن أهل القانون وقيلهم أهل السياسة يعرفون جيداً أن صياغة الدساتير لا تصنع الديمقراطية، ولكنها في أحسن الأحوال تضع إطاراً إجرائياً لضمان الحقوق والحريات وتيسير أعمالها، ومن الناحية العملية فإن الضمان الحقيقي للديمقراطية يتمثل في وجود حيوية سياسية وهيكل مؤسسية تجسد قوة المجتمع وتحول دون تغول السلطة أو استبدادها، ولا يفوتنا هنا أن ننبه إلى أن انجلترا التي تعد أم الديمقراطيات المعاصرة، ليس لديها دستور مكتوب، في حين أن أكثر النظم الفاسدة في العالم الثالث زينت واجهاتها بدساتير لم تترك شيئاً في أشواق الناس وأحلامهم إلا تضمنته.

(٢) تعددت أصدااء الاقتراح في وسائل الإعلام المصرية، وفي حلقات المناقشة التي تناولت موضوعه، ومن متابعتي لتلك الأصدااء وجدت أنها تباينت علي النحو التالي:

* فهناك فئة بالغت في الحفاوة به والتهليل له، علي النحو الذي اشرت إليه تواً، واعتبرت أن الاقتراح يمثل مفتاح الإصلاح وحجر الأساس فيه، بل أن بعض هؤلاء

الباب

مقراطي
عدي

د. عمرو

تدري

علم : ...

قائمة

أبو طالب

الصندوق

مالم

لا ينضب

هدي

اقتصادي

علمي

قضية



لغة النهر العربي

الصفحة الأولى

مصر

الوطن العربي

العالم

تقارير المراسلين

تحقيقات

قضايا و آراء

اقتصاد

الرياضة

ثقافة و فنون

المرأة و الطفل

الكتاب

الإعمدة

ملفات الأهرام

لغة العصر

شباب و تعليم

الوجه الآخر

الكاريكاتير

بريد الأهرام

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

موقع للزيارة

EUR/USD		The EURO is	See How >>	CLICK HERE
Sell	Buy			
1.30	1.30	EASY to trade.	FREE PRACTICE ACCOUNT	FXCM
11	14			

العدد: 9597 الثلاثاء 27 محرم 1426 هجرية 8 مارس (آذار) 2005

أضفنا للمفضلة Favorites



سورية: انسحاب إني البقاع ولا جدول زمنيا للمرحلة الثانية

اتفق الرئيسان، السوري بشار الأسد، والبناني أميل لحود، أمس، في إطار اجتماع «المجلس الأعلى السوري اللبناني» في دمشق، على إتمام تجميع القوات السورية المنتشرة في لبنان في منطقة البقاع قبل نهاية مارس... (تفاصيل)

الكويت: قضية حقوق المرأة تعود لنقطة البداية
شهد مجلس الأمة الكويتي (البرلمان) مناقشات ساخنة، وأحيانا حادة، خلال بحث مشروع القانون الحكومي لمنح المرأة حقوقها السياسية. وبعد شد وجذب بين النواب أنصار منح المرأة حقوقها السياسية والنواب المعارضين... (تفاصيل)

«الصقر المحافظ» سفير أميركا لدى الأمم المتحدة
عين الرئيس الأميركي جورج بوش أمس جون بولتون، أحد أبرز صقور المحافظين الجدد، سفيراً للولايات المتحدة لدى الأمم المتحدة. وقالت وزيرة الخارجية الأميركية، كوندوليزا رايس، في مؤتمر صحفي عقده في وزارة... (تفاصيل)

اكتشاف «نوع ثالث من مرض السكري»
أكد علماء أميركيون ما كان الأطباء يشكون فيه، وهو وجود علاقة بين السكري وبين ظهور مرض الزهايمر، أحد أمراض العته الدماغية التي تؤدي إلى الخرف. وقال باحثون في مستشفى جزيرة رود آيلاند وكلية براون للطب... (تفاصيل)

برامج لتشغيل التلفزيون الليزري ونظم التدفئة الرقمية
قال كريستيان اندركه ممثل شركة «انتل» في المعرض الدولي للكمبيوتر «سبيت ٢٠٠٥» (هانوفر بين ١٠ و ١٦ الشهر الجاري) إن المقاعد والأسرة والمناضد المريحة وغرف النوم الجيدة الإنارة التي تنطلق منها الموسيقى... (تفاصيل)

«ديفون إنرجي» أبلغت الحكومة السورية الانسحاب
أفادت مصادر مطلعة في معلومات خاصة لـ «الشرق الأوسط»، أن شركة «ديفون إنرجي» النفطية العملاقة، الكائنة في أوكلاهوما بالولايات المتحدة،

أشراق الأوسط

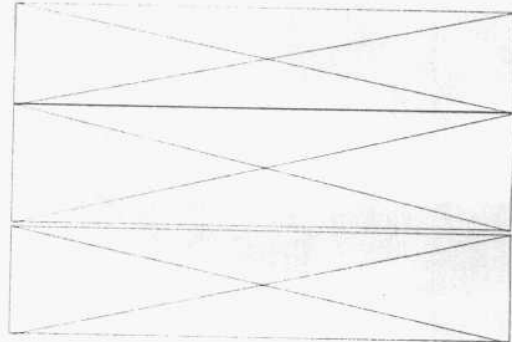
جريدة العرب الدولية



بريد الشرق الأوسط المجاني	
اسم المشترك	
كلمة السر	
Sign up (new account جديد مشترك)	

البحث - للبحث وفق الموضوع والتاريخ

01 يناير 2005



الملكية الدستورية في السعودية - محمد بن إبراهيم الحلو
يرتبط التحديث السياسي في الدول النامية ببروز مفاهيم التحديث وأدبياته، فبدون المفاهيم وما تتضمنه من مضامين تمضي مسيرة التحديث إلى المجهول، فالمفاهيم هي التي تسكن التحديث في ذهن المواطن وهي التي

مرحباً في شباب مصر

الأرشيف
٢٨ نوفمبر ٢٠٠٥

راسلنا

بحث

دفتر الزوار

أضف مقال

من نحن

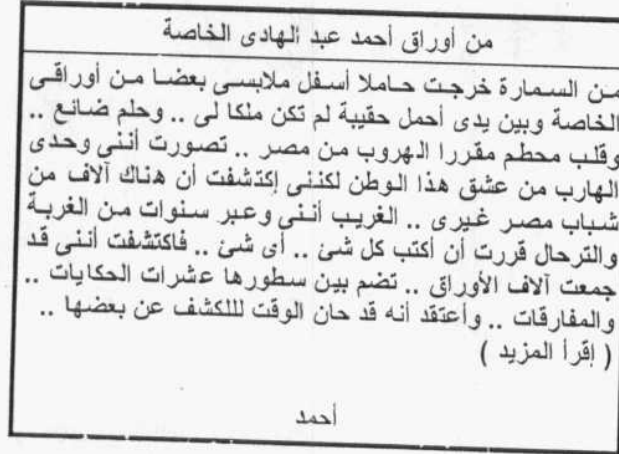
الصفحة الأولى

العالم في صور



الاستخبارات الإيطالية
تستبعد تعرض الصحفية
سغرينا لكمين

القوات السورية تبدأ
الانسحاب من لبنان غداً



من أوراق أحمد عبد الهادي الخاصة

من السمارة خرجت حاملاً أسفل ملابسى بعضاً من أوراقى الخاصة وبين يدي أحمل حقيبة لم تكن منكاً لى .. وحلم ضائع .. وقلب محطم مقرراً الدخول من مصر .. تصورت أننى وحدي الهارب من عشق هذا الوطن لكننى اكتشفت أن هناك آلاف من شباب مصر غيرى .. الغريب أننى وعبر سنوات من الغربة والترحال قررت أن أكتب كل شئ .. أى شئ .. فاكشفت أننى قد جمعت آلاف الأوراق .. تضم بين سطورها عشرات الحكايات .. والمفارقات .. واعتقد أنه قد حان الوقت للكشف عن بعضها .. (اقرأ المزيد)

أحمد

قائمة شباب مصر

- مقالات
- أدب وإبداع
- كتب
- أنباء مصر
- حول العالم
- فى البرواز
- استفتاءات
- العالم فى صور
- ملفات ساخنة
- قضية للمناقشة
- شارع الصحافة
- إلى شباب مصر
- رشحن لصديق
- أرشيف الأسبوعى
- إتصل بنا

انصار أبوجهل !

عبد الكريم حشيش - الدوحة



هناك دائماً أناس غير مستعدين لمسيرة الواقع وفهمه والتكيف معه مرحلياً بما يمكنهم من قيادة هذا الواقع نحو تحقيق الأهداف المنشودة يوجد ذلك علي امتداد خريطة الحياة، ويستطيع المرء أن يعثر

(اقرأ المزيد ...)

شارون يفضل القهوة العربية المرة

مهند صلاحات - فلسطين



شارون يشرب معنا القهوة العربية المرة ... ويفتتح جلستنا اليوم بلقائه الثقافي فينا بقراءة آيات من التلمود بالعبرية الفصحى ... فاليوم الرجال كلهم تحولوا وكان ما كان ... وإن النص المجهول الكاتب

(اقرأ المزيد ...)

تاريخ المخابرات

حسين راشد - مصر



فى بعض قراءاتى عن الجاسوسية صادفتى هذه المقالة التى نشرت فى مواقع الانترنت المختلفة فاردت أن أشارككم أياها مهنة من أقدم المهن التى مارسها الإنسان داخل مجتمعات البشرية المنظمة

كتاب شباب مصر



ديجمال على حسن

تصفح آخر الأخبار

BBC •

CNN •

محيط •

إيلاف •

الجزيرة •

الأهرام •

الأخبار •

الجمهورية •

الحياة اللندنية •

الشرق الأوسط •

تصويت

ننانج
تصويتات



Accueil

Abonnez-vous

Trouvez un emploi

Immobilier

Archives

Actualité

International

Politique

France

Sciences & Santé

Débats & Opinions

Éducation

Culture & Spectacles

Télévision

Portraits

Sports

Football

Diaporamas

Economie

Monde - France

Entreprises

Médias & publicité

Votre argent

Décideurs

Bourse

Finances

Art de vivre

Auto & Moto

Au masculin

Mode & Beauté

Cuisine & Vins

Maison & Jardin

Voyages

Loisirs & Week-end

Multimédia

Publications

Figaro Magazine

Madame Figaro

Figaro Entreprises

Figaroscope

Figaro Etudiant

Figaro Littéraire

France-Amérique

La Une !

INTERNATIONAL

[Mis à jour à 17:54]

Liban : la Syrie annonce
un repli de ses troupes
avant la fin du mois

Le Haut conseil syro-libanais, présidé par les chefs d'Etat libanais et syrien, a annoncé ce matin le redéploiement des forces syriennes stationnées au Liban jusqu'à la plaine de la Bekaa avant la fin mars. Quelque 14.000 soldats syriens sont toujours stationnés au Liban...

- 1 La Maison Blanche veut de «l'action pas des mots»
- 2 150 000 Libanais réclament la vérité sur Hariri
- 3 Bush refuse les demi-mesures
- 4 La présence syrienne n'est pas uniquement militaire
- 5 Des réactions prudentes et dubitatives dans les capitales
- 6 Editorial : Liban : l'hypothèque du Hezbollah

Les grands titres



INTERNATIONAL

[Mis à jour à 18:34]

L'Italie a rendu un
dernier hommage à
Nicola Capilari

Les obsèques nationales de l'agent italien Nicola Calipari, tué vendredi en service commandé à Bagdad par des tirs américains, ont eu lieu ce matin à...

- 1 Ce matin dans Le Figaro : La bavure américaine met Berlusconi en difficulté
- 2 Silence et embarras à Washington
- 3 Giuliana Sgrena dénonce une attaque délibérée



FRANCE

[Mis à jour à 19:48]

Procès d'Angers : les
jurés ont écouté
l'horreur des faits

Les jurés de la cour d'assises de Maine-et-Loire ont découvert aujourd'hui l'horreur des faits et les détails sordides du dossier de pédophilie et...

INTERNATIONAL

BOLIVIE



- 1 Le président Carlos Mesa a présenté sa démission alors que le pays connaît une grave crise sociale

Point
Les 4.1CAC 40
NM
€/SEURO C
AXALTC
EURON
EUROT
SR TEL
THALESApril
[18:17]Nouv
et plus
[18:09]

Toute

L'économie

MONDE - FRANCE

Chirac plaide pour une
application «politique»
du pacte de stabilitéLes syndicats unis
veulent faire bouger le
gouvernementJO 2012 - Paris se
construit un héritage
pour l'après-JeuxL'Iran brandit l'arme du
pétrole

ENTREPRISES

France Télécom fait face
à ses challengersLes musées se tournent
vers les fonds privés

MÉDIAS & PUBLICITÉ

Première met la pay-TV à
l'épreuve des marchés

For

☐ M

For

☐ Châti☐

Fr

S

☐

Ga

☐ And

Footb

☐ Mi☐☐ C

Toul



Abstract

Al Azhar University

**Faculty of Arabic Language
Press and Information Department
Press and Publishing Section**

**The Egyptian Elites Uses
For Electronic Newspapers and
Their Effects on Uses for
Printed Newspapers**

Study for fulfillment PHD in Mass Communication

By

Reda Abd El Waged Amin Youssef

***Assistant Lecturer
in the press and information department***

***Supervisor
Prof: Mohiy Eldin Abdalhalim
Prof: Samy Elkomy***

2005

Printed newspapers occupied a high rank in the process of communication during the last three centuries, it was an important means for the flow of information to the audience, it also performed an important role in the life of all societies, in the rich states of the north it was the center of importance in the society as a result of the role which it played in developing these societies, formulating the code of political, economical and social principles, It was considered to perform an important role in the democratic operation, because it gives the individual the necessary knowledge for performing their role in political participation; In the states of the south, printed press contributed in the national fight against colonization, it was one of the important tools used by the national liberation movements.

With the development witnessed by the field of communication, the indications refer to the change of the situations, the press in the printed classical form was no longer important as before or at least its importance decreases, the development of new communication means is one of the factors led to this, these new means formulated a new revolution in the field of communication.

By with the advent of the international information network (Internet) a new competitor emerged to the printed press, and the crisis of the printed press can be limited in the following points:

- 1- Disappearance of many printed press in many countries including the United States of America & Western Europe or combination with other newspapers considered a dangerous indication on the capability of disappearing the printed newspapers through the last decades.
- 2- Decrease of newspapers distribution.. these studies clarified the decrease of distributing American and European newspapers through the 90's.
- 3- Decrease of the newspapers income from the commercials, despite of developing the market of the commercials in the United States of America, but the income of the newspaper from commercials has been decreased after the importance of the advertiser moved to the Internet, but some newspapers get more commercials via putting their pages on the Internet but this mean a new danger has appeared i.e. the capability of the newspapers which attain profits via their sites on the Internet through electronic distribution and giving up their printed papers in the time which small newspapers had to disappear as a result of achieving no profits.

Development of the electronic press and news services on the Internet.

The exposure of electronic press relates to some variables such as the high cultural and educational standard which qualified them to perform the roles of leadership in the society, also they were distinguished by effective strength in decision making and public opinion, then this group became a basic aim to the different means of communication which pay no attention import to quantity as much as the importance of the quality of the recipient, degree of culture, political and social rank such as the men of information, politics and senior officials and educators.

So it was important knowing the styles and the motives of exposing the members of the Egyptian elite with it's different types to the electronic press and the limit of effecting this exposure on their relation with the paper press.

Problem of the Study:

The last years witnessed an increase in the number of the participants in the International Information Network (Internet) and the several sites for the international, Arabic and Egypt press has been appeared, and on these sites users for this type of the newspapers includes the members of the elite that affect on the community whether political, thoughtful, religion or economical elite which require study the usage of the Egyptian elite to the electronic press and the extent of gratification achieved by this usage through knowing the determinants and the mechanisms which define the motives of the Egyptian elite usage to the electronic press and measuring the distinctions between the treatment of the members of the various elite with the electronic press and the effect of this treatment or usage on their relationship with the printed press.

Aim of the Study:

This study aims to:

- 1- Measuring the degree of exposing the Egyptian elite to the electronic press.
- 2- Knowing the preferences of the Egyptian elite on the contents of the electronic press.
- 3- Knowing the preferences of the Egyptian elite to the Egyptian, Arabic and foreign electronic press.
- 4- Knowing the motives of exposing the Egyptian elite to the electronic press.
- 5- Knowing the different gratification achieved by using the electronic press.
- 6- Studying the relationship between the exposure to the electronic newspapers and the form of the previous relationship of the Egyptian elite with the printed press.

Sample of the Study:

The researcher suggests to make his study on a sample about 300 from the members of the Egyptian elite provided that the distribution as the following:

- 1- The political elite 100 considering executives, representatives and men of different parties and members in syndicates practices the general political work represent all roving of the political work in Egypt.
- 2- The information elite 100 provided that be editor-in-chief, editor-in-manager and chief of department and who undertake in leading sites in Radio and Television where represents all the information establishments in Egypt.
- 3- The academic elite 100 and there is the professors of the universities provided in leading sites such as vice- universities chairmen or the dean of faculties, agents and chairmen of scientific departments in different faculties and universities.
- 4- The religion elite 100 is the Islamic religion elite from the leader of the religious thought in Ministry of the religious endowment and the administration of the preachment in Al Azhar Al Sharif and representative about the Islamic societies in the party of missionary work in Egypt provided that to be from the leader and capable to make decisions.

Type of the Study:

This study is considered from the descriptive studies which aims to portraying, analyzing and evaluating the properties a phenomenon or a definite situation, studying the facts related with a phenomenon or situation or a group of the incidents and locations by aiming to get sufficient information.

The Curriculums of the Study:

The researcher uses -If God Wiling- in this study from the scientific curriculums as following:

- (1) **The curricula of the survey** by system of the sample to the members of the Egyptian elite considering it a regulative scientific curriculum helps in getting the information and the properties which relates with the studies phenomenon.
- (2) **The comparative curriculum:** where some studies attempts to pass the limits of knowing the quality of the studies phenomenon to be reach knowing the quality of happening this phenomenon and it's causes, but the

researcher attain that because attend to make comparison of the sides of the difference and consensus between some number of the phenomena.

Here, the researcher make comparisons between the qualities of the Egyptian elite where the form and the standard of exposure, the motives and gratification of the electronic newspaper, also making comparisons between the standards of the exposure standards for each Arabic, Egyptian and foreign electronic newspapers.

Tools of the Study:

This study depends on the technical exploration newspaper, this after experimenting it for assure from the rightness and fitness to investigate from the assumptions of the study positive or negative, in addition to seeking help from some statistical means such as repetitive tables and the graphs for easiness of displaying the results of the study.

Terminology of the Study:

The Elite: a set of surpass individuals in the different fields and considered similar to the leaders in these fields and it is the most groups of the society in effect in formulating the values, the tendencies and in the circles of the specialties, their type manipulated to include political, economical, informational and thoughtful.

The Electronic Press: issued and published by Internet whether it was a copy or electronic issue for print newspaper or electronic newspaper hasn't print newspaper whether it was general or special newspaper and whether a precise registration for the printed copy or summaries for the published as long s issued circulatory and regulatory meaning that updating it's content from date to date according to the capabilities the direction of issue.

The Print Press: the classical press combine from raw material (ink, paper) and the audience get it by the purchase of participation.

The motives of Exposure: meaning that the reasons which lead the member of the Egyptian elite to using the electronic press and lead to definite expectation can be satisfied through the behavior of exposure to the communication mean.

The Gratification: are the results can be achieved at the individuals of the elite as a result of exposure to the electronic press.

The Initial Classification of the Study:

The First Chapter: the curriculum frame of the study includes the introduction and the previous studies, define the problem of the study, aim of the study, assumptions, type of the study, the research tools used in it for collecting the

data, the curriculum design for the form of questionnaire and the procedures of the truth and firmness.

The Second Chapter: Settlement the theory of the usages and gratification in the Information studies through two topics:

The First Topic: accesses of the theory of the usages and satisfactions.

- The Functional Access.
- Needs and Motives Access.

The Second Chapter: the critic directed to the theory of the usages and satisfactions.

The Third Chapter: The Elite and Mass media through the following topics:

The First Topic: The Elite... the concepts and indications.

The Second Topic: The Relationships of affectivity and effectiveness between the elite and the mass media in the informational literatures.

The Third Topic: The Electronic press.. historical feature.

The Fourth Chapter: The Results of the field study.

And conclusion includes the analyzes of the indication of the study results and a list of the references of the study.

The study disclosed the following results:

Concerning the properties of the examined persons and exposing them to Internet.

First: Age group of Youth came in the first rank as an effective variable in usage of Egyptian elite to Internet, the matter emphasizes that the youth are the most capable for treatment with data of new technology, on adoption of the ideas, new informative means and spreading it.

Second: The study proved the rational experience for individuals of the elite in their usage to Internet, the matter refer to the high response of the elite to that new informative mean and their attendance.

Third: The study declared that the adjustments of elite usage to Internet represented in ownership of their individuals to Computer appliances, affiliating to generation experienced on technology usage, for thought of examined by its high benefit, because their functions and works requires Internet usage.

Concerning the Egyptian elite usage for Electronic Press.

First: The study declared that the majority of the elite exposed to electronic press on Internet by percentage 70.75%, 29.25% only from the sample of the study didn't expose to it.

Second: The study concluded that the immediate and present character in providing the elite with new and information considered one of the most important attendance adjustments of reading electronic press, what represented by these newspapers for elite as a substitution for traditional newspapers, benefit them in their field of work, not cost the user much money, enable them from reading the electronic newspaper before paper version raise in the markets, they must try to satisfy the current era and what existed from technological development in the field of press, where the users of new means with a type of privilege and enjoy with the spirit of renewal, capability on satisfying the new innovations.

Concerning the elite usage for Egyptian Electronic Press.

First: Results of study "the Egyptian elite usage for Electronic Press" revealed that Egyptian electronic newspapers were the better for them than Arabic and Foreign newspapers, the researcher reversed that for the importance of local news for the

users, which less existence in Arab and Foreign Electronic Press, and for difficulty of foreign language.

Second: Results of study concerning the incentives of the elite usage for Egyptian Electronic Press that the cognitive incentives came first represented in knowing the instant news and information, reading local news, the profitable incentives represented in capability of reading the newspaper before raising in the markets, saving the cost of purchase the paper newspaper, or not existence in paper form such as "Shabab Misr" newspaper, or they used to read the newspaper, when Internet presented this service, they exposed to electronic newspapers with less effort.

Third: Results of study revealed that the concept of active participation from audience of elite in the sites of electronic newspapers appeared clearly during their participation in questionnaires and poll, using E-mail which electronic newspaper save it to their users, this activity and positivism lessen in other effective forms such as participation in dialogue rooms, debate and joining to postal sites in these sites, making a direct dialogue with any person on the site of the newspaper or what known by the service of the messenger, this refer with a form or another that the Egyptian Electronic Newspapers not provide more effective forms which distinct Internet, and not utilize from the effective capabilities provided by Internet.

Concerning the elite attendances about the future of the relationship between Electronic & paper Press.

First: The field study declared that the exposure of the elite to Internet and Electronic Press affected -definitely- on the reading of paper newspapers, this effect has two forms:

- The examined may be converted from regular reader to paper newspapers to irregular reader.
- Or the examined refrain on reading it sufficing by reading it on the Internet.

But his limited effect not dogmatize that the matter will be on the extent of affectivity in the future, especially with the attendance toward adopting and spread of Computer technology in Egypt and some Arabic Nations, with development and growth of Electronic Press Phenomenon on Internet.

Second: The study proved, although reading electronic newspapers and exposure to Internet but the great portion of the research sample not refrain on reading paper newspapers regularly irregularly by incentive of habituation on reading it, and better for the eye than electronic, capability of carrying it in means of transport, some sections not available except in paper newspapers, or they made archives for some sections and topics they prefer it.